

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA
DI KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh

**HADID JUKRUF
NPM : 1641010182**

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H/2020 M**

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA
DI KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh

**HADID JUKRUF
NPM : 1641010182**

Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I : Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si
Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, Sos., M.Sos.i.**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H/2020 M**

ABSTRAK

Public Relation (Humas) adalah bagian dari lembaga yang memiliki fungsi publikasi, men-counter berita dan membuat *news release* terhadap permasalahan yang terjadi, peran Humas adalah membentuk citra positif lembaga karena Humas merupakan *front office* dari sebuah lembaga, tugas Humas adalah menumbuhkan, merawat dan meningkatkan citra lembaga di mata Publik. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (Humas). Sebagai sebuah kementerian, Kementerian Agama menyelenggarakan pelayanan bagi enam Agama yang ada di Indonesia yaitu Islam, Hindu, Budha, Kristen, Protestan dan Konghucu. Maka dari itu Kementerian Agama senantiasa dituntut untuk selalu meningkatkan mutu pelayanan kepada publiknya. Masih berlebarnya berita miring, *hoax* dan salah sasaran yang menyasar Kementerian Agama menjadi fenomena tersendiri, baik untuk pegawai maupun masyarakat. Masalah tersebut dapat mengancam eksistensi lembaga/organisasi, sehingga citra lembaga akan buruk dimata publik. Oleh karena itu penulis ingin menggali lebih jauh lagi tentang strategi apa yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung. Metodologi penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan alat pengumpul data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi, berdasarkan kenyataan di lapangan dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan, antara lain data primer berupa wawancara langsung dengan 5 informan dan data sekunder berupa jurnal, arsip, referensi dan lainnya yang ada di Kementerian Agama Provinsi Lampung. Berdasarkan data dari lapangan didapatkan hal-hal sebagai berikut, pertama Humas Kanwil menggunakan komunikasi yang baik, karena komunikasi merupakan salah satu strategi yang digunakan Humas untuk menunjang semua aktifitas kehumasan dan kelembagaan, kedua dapat diketahui adanya faktor pendukung, seperti fasilitas yang baik, pendanaan kegiatan yang baik dan hubungan antar lembaga yang terjalin baik dan ada pula faktor penghambat, seperti *human eror*, *program eror* dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi kinerja Humas. Sehingga bisa disimpulkan bahwa strategi Humas dalam meningkatkan citra lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung sudah cukup baik, namun tentunya masih perlu adanya peningkatan kuantitas karyawan maupun fasilitas yang ada sehingga citra lembaga dapat tumbuh dengan lebih baik lagi.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hadid Jukruf

NPM : 1641010182

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwan dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar lampung, 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Hadid Jukruf
NPM.1641010182



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame – Bandar Lampung tlp. (0721) 703260

HALAMAN PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN
CITRA LEMBAGA DI KANTOR WILAYAH AGAMA
PROVINSI LAMPUNG**


Nama : Hadid Jukruf
Npm : 1641010182
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diperiksa dan dikoreksi oleh Pembimbing I dan Pembimbing II. Maka untuk itu, Pembimbing I dan Pembimbing II, Menyetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 6 Agustus 2020

Pembimbing I


Pembimbing II


Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si
NIP.195707151987031003


Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I
NIP.197010251990032001

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


M. Apun Syarifudin, S. Ag. M. Si
NIP.197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame – Bandar Lampung tlp. (0721) 703260

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DI KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG” disusun oleh Hadid Jukruf, NPM 1641010182, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari/tanggal : Rabu, 26 Agustus 2020

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si

Sekretaris : Siti Wuryan M.Kom.I

Penguji I : Dr. H. Rosidi. MA.

Penguji II : Prof. Dr. H.M Nasor, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. H Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.1961040919001002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ

فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

(Q.S. Al-Hujarat : [49] 6)



PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang yang kusayangi dan selalu memberiku suport.

1. Kedua orangtuaku tercinta, ayahanda Pranoto dan Ibu Watini, yang telah bersusah payah memberikan segalanya demi keberhasilan dan cita-citaku. Terimakasih atas doa, dukungan dan kasih sayang begitu besar dan mulia sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian ini.
2. Adiku tersayang Hannyfa Rahmawati yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa agar penulis lekas bangkit setelah jatuh.
3. Keluarga besarku yang kusayangi tempat penulis untuk pulang, terimakasih untuk semua dukungan biaya, moral dan doa kalian sehingga penulis bisa selalu semangat menjalani kehidupan.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung tempat penulis menuntut ilmu.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Wonosar, kec. Sumber Jaya, Lampung Barat pada tanggal 27 November 1997. Penulis yang bernama lengkap Hadid Jukruf merupakan Anak sulung dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan ayahanda Pranoto dan ibunda Watini.

Riwayat pendidikan yang ditempuh sebelumnya oleh penulis berawal dari SDN 01 Suka Jaya, kec. Sumber Jaya lulus tahun 2010. Setelah lulus sekolah dasar penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 02 Sumber Jaya kec. Sumber Jaya lulus tahun 2013. Setelah lulus SMP, Penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 01 Way Tenong kec. Pajar Bulan dan lulus tahun 2016.

Selanjutnya Alhamdulillah dengan izin Allah *Subhanahu Wataala* pada tahun yang sama yaitu tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Tercatat di salah satu perguruan tinggi negeri, yakni Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Bandar lampung, 26 Agustus 2020

Hadid Jukruf
NPM.1641010182

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji syukur hanya milik Allah SWT, Rabb semesta alam. Berkat rahmat dan pertolongannya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DI KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG”

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti, *Aamiin*.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa membimbing, petunjuk, nasehat dari berbagai pihak yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.i. selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Pembimbing II. Yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan pengarahan sejak awal sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si selaku pembimbing I yang telah sabar membimbing dan banyak memberikan bimbingan, petunjuk serta nasehat hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen maupun Karyawan seluruh Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Pemimpin dan seluruh staf Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung serta staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
8. Tim Penguji yang telah banyak memberikan saran dan kritik dalam penulisan skripsi kepada penulis, sehingga skripsi menjadi lebih baik.
9. Pemimpin dan seluruh staf ataupun JFU Humas Kantor Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Lampung yang telah sabar dan melakukan pelayanan terbaik dalam penulis melakukan penelitian guna menyelesaikan skripsi.
10. Kedua Orang Tuaku tercinta dan adikku tersayang yang selalu memberikan dorongan semangat, nasehat, wejangan kepada penulis dalam

melalui romantika kehidupan dan perkuliahan, serta tempat penulis untuk pulang ketika lelah dan tanpa arah.

11. Saudara-Saudariku Rekan dan Sahabatku terkasih yang tiada bosan dan lelah dalam memberi dukungan, dorongan semangat dan do'a hingga sekarang ini.
12. Rekan-rekan seperjuangan, Khususnya jurusan KPI kelas C 2016.
13. Sahabat-Sahabatku di team kecil kita, Mang Cek, Matjik, Lukman, Arif Zikri, Heny, Ratna, Eka, Syifa, Nurul, Fatimah dan Anak kecil.
14. Sahabat-Sahabatku di “Best Camp” Aji Boled, Soleh, Kajur Syafi'i, Prof Dwi dan Budi Pres(iden). Yang selalu ada dan membantu dikala suka maupun duka dalam menghadapi tanggal tua.
15. Team KKN 98 2019, ds. Negeri Agung, Tanggamus. Dayat, Fransisco, Ade, Thalba, Reza, Suci, Ayu, Dina, April, Devi, Indira dan Nadia, semoga KKN kita Tidak terulang lagi.
16. Seluruh kawan di Jurusan KPI, BKI, MD, dan PMI terimakasih telah banyak membantu penulis dalam mendapat relasi dan referensi.
17. Semua pihak yang turut serta dalam penyelesaian skripsi ini.
18. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 26 Agustus 2020
Penulis,

Hadid Jukruf
NPM.1641010182

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PER NYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABLE	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang	5
D. Permasalahan	9
1. Identifikasi Masalah	9
2. Batasan Masalah	9
3. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	11
F. Tinjauan Pustaka	11
G. Metode Penelitian	13
1. Lokasi Penelitian	13
2. Subjek dan Objek Penelitian	13
3. Jenis Penelitian	14
4. Populasi dan Sampel	14
5. Sumber Data	16
6. Teknik Pengumpulan Data	17
7. Analisis Data	20
 BAB II STRATEGI HUMAS DAN CITRA LEMBAGA	
A. KERANGKA TEORITIS	21
1. Kerangka Teoritis	21

a. Humas.....	21
b. Strategi Humas.....	26
1) Strategi Oprasional.....	33
2) Strategi Pendekatan Persuasif dan Edukatif.....	33
3) Pendekatan Tanggung Jawab Humas.....	34
4) Pendekatan Kerja Sama.....	34
5) Pendekatan Koordinatif dan Integratif.....	34
c. Citra	35
1) Citra Perusahaan.....	35
2) Proses Pembentukan Citra.....	39
d. Teori	43

BAB III PROFIL HUMAS KANWIL AGAMA PROVINSI LAMPUNG

A. Sejarah Kementerian Agama Republik Indonesia.....	47
B. Sejarah Humas Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung.....	55
C. Profil Humas Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung.....	63
D. Struktur Humas Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung.....	69
E. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Kanwil Agama Provinsi Lampung.....	72
F. Faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan citra lembaga di kantor wilayah kementerian agama provinsi lampung.....	86

BAB IV ANALISI STRATEGI HUMAS KANWIL AGAMA PROVINSI LAMPUNG

A. Analisi Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Kanwil Agama Provinsi Lampung.....	90
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung.....	98

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA.....	104
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komponen dan pembentuk Strategi PR.....	27
Tabel 1.2 Komponen dan strategi PR.....	28
Tabel 1.3 Daftar Menteri Agama Republik Indonesia.....	
Tabel 1.4 Daftar Menteri Agama Kantor Wilayah Provinsi Lampung.....	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus...	43
Gambar 1.2	Proses pembentukan citra.....	46
Gambar 1.3	Struktur PPID/Humas Kanwil Kemenag Provinsi Lampung....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara.....
Lampiran 2	Pedoman Obserfasi.....
Lampiran 3	Pedoman Dokumentasi.....
Lampiran 4	Daftar Nama Sempel.....
Lampiran 5	Struktur Organisasi Kanwil Provinsi Lampung.....
Lampiran 6	Struktur PPID/Humas Kanwil Provinsi Lampung.....
Lampiran 7	Dokumentasi Pendukung.....
Lampiran 8	Dokumentasi Program-Program Kanwil Di Dalam Website....
Lampiran 9	Selayang Pandang Sejarah Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung.....
Lampiran 10	Daftar Menteri Agama Republik Indonesia.....
Lampiran 11	Daftar Menteri Agama Provinsi Lampung.....
Lampiran 12	Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....
Lampiran 13	Surat izin penelitian di Daerah Provinsi Lampung dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP.....
Lampiran 14	Lembar konsultasi skripsi.....
Lampiran 15	SK judul.....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul pada proposal ini adalah “**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DI KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG**” untuk menghindari kesalahan pemahaman atau salah pengertian terhadap judul proposal ini, maka penulis akan menegaskan beberapa kata istilah yang digunakan dalam judul proposal ini. Adapun istilah-istilah yang perlu penulis jelaskan adalah sebagai berikut:

Strategi menurut Bintoro Djoko Mijoyo & Mustafat Jaya adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijakan guna mencapai suatu tujuan untuk mengatasi persoalan yang ada.¹ Istilah strategi sering pula disebut rencana jangka panjang perusahaan untuk menetapkan garis-garis besar atau tindakan strategis yang diambil dalam kurun waktu tertentu ke depan.² Menurut Anwar Arifin, strategi adalah sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai suatu tujuan.³ Selanjutnya, Ahmad S. Adnan putra, pakar Humas naskah *workshop* yang berjudul, “*Public Relations Strategi*” mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari rencana (*plan*), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planing*) yang

¹ Bintoro Djoko Mijoyo & Mustafat Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, (Jakarta: Gunung Agung, 1990), h. 13.

² Soleh Soemirat & Elbinaro Ardianto, *Dasar Dasar Public Relation* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 90.

³ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 1989), h. 55.

pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen.⁴

Strategi yang penulis maksud adalah, langkah-langkah perencanaan yang dirumuskan oleh Humas, rumusan itu berupa rencana/program baik jangka pendek hingga panjang yang kemudian digunakan untuk mencapai suatu tujuan Humas.

Humas memiliki banyak sekali definisi, ada definisi yang sangat singkat seperti humas adalah upaya melakukan hal-hal baik sehingga mendapatkan kepercayaan.⁵ Menurut Cutlip, Center & Broom menyatakan humas adalah peran manajemen yang dapat membangun serta mempertahankan ikatan yang baik sekaligus berguna antara organisasi dengan khalayak yang dapat mempengaruhi berhasil atau kegagalan organisasi itu.⁶ Selanjutnya E. Marston, menurutnya “*Public Relation is planned, persuasive communication designed to influence public*”, (Public Relation adalah kegiatan komunikasi persuasif dan terencana yang di desain untuk memengaruhi publik yang signifikan).⁷

Dalam hal ini fungsi Humas yaitu sebagai profesi/peran yang menghubungkan sebuah individu atau Institusi/Organisasi dengan publik secara terencana dan *persuasif* guna menciptakan dan memengaruhi

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 133.

⁵ Christian S. Tendean, “Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado”, *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, Vol 2, No 4 (2013), h. 3.

⁶ Dikutip dari buku *Effective Public Relation* karangan Scoot M. Cutlip, Alen H. Center & Glen M. Broom, alih bahasa Tri Wibowo, Prenada Media, -ed Rachmat Kriyantono, *Public relation Writing*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 5.

⁷ Jhon E. Marston *Modern Public Relation*, McGraw-Hill, New York, 1979, -ed Rachmat Kriyantono, *Public relation Writing*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 5.

opini publik sehingga citra individu atau institusi terbangun serta kesuksesan dan kegagalan kedepan dapat terukur.

Citra adalah tujuan utama yang merupakan reputasi dan prestasi yang ingin dicapai oleh PR, sifatnya abstrak dan tidak dapat diukur tetapi wujudnya bisa dirasakan berdasarkan hasil penilaian yang baik atau buruk dari publik.⁸ Menurut Wasesa citra perusahaan di mata publik dapat dilihat dari pendapat atau pola pikir khalayak pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi.⁹ Selanjutnya menurut H. Faloy, beberapa kegiatan dan sasaran PR Adalah membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*) yaitu menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif serta mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.¹⁰

Salah satu tugas/tujuan humas adalah memunculkan dan meningkatkan Citra sebuah Institusi atau Organisasi ke arah yang positif. Citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan atau ditampakkan oleh Humas kepada publik atau khalayak agar timbul *opini public* yang positif terhadap Institusi atau Organisasi. Jadi strategi yang digunakan oleh Humas akan sangat menentukan citra Institusi/Organisasi kedepannya, indikator pencapaian Humas dapat dilihat dari keberhasilan Humas dalam menciptakan kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.

⁸Nur Kholisoh, Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi, “*Jurnal Ilmu Komunikasi*”, Vol. 13, No. 3, September - Desember (2015), h. 195-209.

⁹Emillia Susanti, Elizabeth R, Meylia, “Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Organisasi”, *Jurnal Administrasi Perkantoran (JPAP)* Vol 2, No 2 (2014), h. 4.

¹⁰Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*....,h. 23.

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung merupakan salah satu Kementerian yang ada di Indonesia, Kemenag menjalankan fungsi pelayanan bagi 6 Agama di Indonesia. Tentu saja perannya sangat penting, terlebih di Indonesia Agama merupakan kebutuhan primer bagi warga maupun masyarakatnya, bertebarnya berita palsu, berita miring, adu domba antar agama dapat mengancam kredibilitas Kemenag dan pasti berimbas baik itu pada karyawan Kemenag maupun pada masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan uraian kalimat pada skripsi yang berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung” maka dapat diketahui bahwa maksud dari penelitian ini adalah, untuk membahas strategi apa saja yang digunakan oleh Humas dalam rangka meningkatkan citra lembaga, serta untuk mengetahui adakah faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat Humas dalam melakukan fungsinya. Dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian adalah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung dan objek penelitiannya adalah strategi yang digunakan Humas.

B. Alasan Memilih Judul

1. Strategi Humas dalam sebuah Lembaga Kementerian Agama sangat menarik untuk diteliti karena Humas merupakan profesi/peran yang sangat *urgen* bagi Lembaga/Organisasi dalam mensosialisasikan

program-program suatu lembaga serta berperan dalam menumbuhkan dan mempertahankan citra.

2. Kajian tentang Humas relevan dengan studi yang penulis pelajari, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam secara ilmiah.
3. Penulis merasa mampu meneliti baik dari segi waktu, tempat, tenaga dan biaya.

C. Latar Belakang

Perkembangan Internasional dunia PR dimulai dari negara yang memiliki hubungan kuat dengan Amerika Serikat dan perusahaan-perusahaan Amerika. Di Brasil, sebagai contoh, PR dilacak keberadaannya sejak 1910, hampir bersamaan dengan kemunculan PR di Amerika. Di Inggris, perusahaan PR milik Amerika mulai membuka kantor cabang di London setelah perang Dunia II. Di Jepang, perkumpulan PR pertama kali didirikan pada 1964. Di Rusia pada tahun 1990.¹¹

PR secara konseptual dalam pengertian secara bahasa di Indonesia baru di kenal pada tahun 1950-an, dan pengembangan secara akademik sejak awal 1960. Dalam pengertian kebahasaan sebagaimana diutarakan oleh PR adalah perwujudan kegiatan berkomunikasi. Dalam menerangkan PR, L. Roy Blumenthal dalam bukunya *“The Practice of Public Relations”* mengatakan sebagai berikut:

“Seni membina pribadi seseorang hingga taraf yang memungkinkan ia mampu menghadapi keadaan darurat dalam kehidupan sehari-hari,

¹¹ Butterick Keith; Penerjemah, Nurulhasfi-ed, *Pengantar Public Relation.: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 15-16.

*termasuk bidang psikologi, seni melaksanakan tugas yang sama baik untuk lembaga, perguruan tinggi, pemerintah dan lain-lain, baik yang menimbulkan keuntungan maupun yang tidak, termasuk Public Relations”.*¹²

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa PR hanya terdapat di dalam sebuah Organisasi, Lembaga yang jelas strukturnya dan jelas pula adanya pemimpin yang memimpin.

Perkembangan Profesionalisme PR yang bersangkutan dengan pengembangan peran PR, baik sebagai pelaksana maupun Profesional dalam suatu Organisasi atau Perusahaan, menurut Dozier D.M., Profesionalisme merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi PR dan komunikasi Organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi PR (pejabat Humas) dan pencapaian Profesionalisme dalam PR.¹³

Pada 3 januari 1946 kementerian agama Republik Indonesia resmi dibentuk berdasarkan ketetapan NO.1/S.D. yang antara lain berbunyi: *“Presiden Republik Indonesia, Mengingat: Usul Perdana Menteri dan Badan Pekerja Komite Nasional Pusat, memutuskan: Mengadakan Departemen Agama”*. Sedangkan untuk provinsi Lampung berdiri atas keputusan Menteri Agama Nomor 18 Tahun 1975 berdirilah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung dengan Kepala Kanwil yang pertama: H. Baheram Bakr.

¹²Onong Effendy Uchjana, *Human Relations & Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju,1993), h. 94-95.

¹³Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi....*,h. 19-20.

Tertanggal 16 maret 2020 ada 6 sub bagian struktural yang dibawah oleh bagian tata usaha diantaranya, Subbagian Perencanaan Data dan Informasi, Subbagian Keuangan dan Barang Milik Negara, Subbagian Kepegawaian dan Hukum, Subbagian Organisasi, Tata Laksana dan Kerukunan Umat Beragama dan Subbagian Umum dan Hubungan Masyarakat.

Subbagian Humas yang tadinya memiliki struktural sendiri kini digabungkan dengan bagian umum dan hirarki di dalamnya pun diubah, sebelumnya ada banyak staf dibawah kasubag, kini dibawah kasubag diganti dengan JFU (Jabatan Fungsional Umum), yang memiliki uraian tugas dan fungsi masing-masing serta rinciannya dan jabatan itu melekat padanya.

Humas adalah bagian yang sangat vital dalam sebuah lembaga/organisasi, humas dalam lembaga/organisasi merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggan atau konsumen, sehingga yang bersangkutan tidak hanya mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator dan berupaya menciptakan citra bagi perusahaan tapi juga memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan dalam hal memahami sikap atau acuan mengenai kiat pelayanan yang unggul (*service oriented*), yaitu bahwa konsumen (pelanggan) tersebut merupakan asset penting.¹⁴

¹⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*...,h. 288.

Masih adanya berita miring, hoax, salah sasaran tentang Kementerian Agama khususnya Kanwil Agama menjadi fenomena tersendiri, baik untuk masyarakat maupun pegawai di lembaga Kanwil Agama. Masalah tersebut dapat mengancam eksistensi lembaga/organisasi, sehingga citra lembaga akan buruk dimata masyarakat. Karena itulah petugas Humas dalam suatu Lembaga sangat dibutuhkan untuk membina hubungan yang baik dan meningkatkan citra positif lembaga dimata publik.

Strategi Humas dalam usaha meningkatkan citra Lembaga dirasa sudah maksimal dan sesuai prosedur, tetapi masih bertebarannya berita miring, *hoax*, salah sasaran dan terkesan membentur-benturkan Lembaga dengan publik menjadi fenomena yang tidak bisa dipandang sebelah mata, terjadi kesenjangan disana, dimana strategi peningkatan terus dilakukan akan tetapi citra lembaga seakan tetap dipandang buruk.

Humas dalam sebuah lembaga Kanwil Agama bekerja sesuai prosedur dan di batasi oleh aturan yang telah ditetapkan. Kebanyakan tugas humas berkutat dengan urusan kemasyarakatan sebagai perpanjangan tangan dari sebuah lembaga. Seperti contohnya mempublikasikan program-program, mempublikasikan prestasi, publikasi kegiatan, publikasi perencanaan kedepan, menangkal berita miring, mengklarifikasi berita, permohonan berita dan lain sebagainya.

Terciptanya sebuah citra perusahaan (*corporate image*) yang baik dimata khalayak/publik akan banyak menguntungkan. Bagi suatu perusahaan, reputasi dan citra korporat merupakan aset yang paling utama

dan tak ternilai harganya. Oleh karena itu segala daya, upaya dan biaya digunakan untuk menumpuk, merawat dan menumbuhkembangkannya.

Mengacu pada latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Humas merupakan suatu fungsi manajemen, yang menciptakan dan memelihara komunikasi, pengertian, dukungan dan kerja sama anantara praktisi Humas dengan publiknya sehingga tercipta situasi saling meperoleh manfaat dalam hal ini Humas Kanwil Agama Provinsi Lampung.

D. Permasalahan

1. Identifikasi masalah



Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil permasalahan yang dirumuskan adalah, Strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung serta faktor pendukung dan penghambat Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, agar tidak terjadi perluasan masalah dalam penelitian ini dan membatasi ruang lingkup serta mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis membatasi masalah yang akan di teliti yaitu hanya meneliti tentang strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga

Kantor Agama Kementerian Agama Provinsi Lampung dan mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambatnya.

3. Rumusan Masalah

- a. Berdasarkan batasan masalah tersebut, maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah Bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung.
- b. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah kementerian Agama Provinsi Lampung.
- b. Mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah kementerian Agama Provinsi Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya untuk mata kuliah Public Relation.

b. Manfaat Praktis

1) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangsih pemikiran dalam rangka Humas dalam menjaga Citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung.

2) Penelitian ini diharapkan bisa mengetahui strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kanwil Agama Provinsi Lampung. Serta menjadi penambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Kehumasan.

3) Sebagai sumber acuan untuk penelitian selanjutnya.

F. Tinjauan Pustaka

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan, yang memiliki arah kajian yang serupa pernah dilakukan dengan judul, sebagai berikut:

Pertama, Rahmat Okto Bagus, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2019 dengan judul skripsi, *“Strategi Humas dalam meningkatkan citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”*, Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra UIN Raden Intan Lampung. Dengan menggunakan 3 strategi humas yaitu Sosialisasi, Faktor Internal dan Ekternal dan Media Online. Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data nya menggunakan teknik analisa deduktif. Adapun yang menjadi populasi penulis dalam penelitiannya adalah Humas UIN RIL sebanyak 3 orang. Hal itu berdasarkan kriteria peneliti yaitu pengalaman yang sudah lama atau senior, kepala pengolahan data dan informasi, staf pelayanan informasi.

Kedua, Elvita Rahmi, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relation Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komuniksi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau tahun 2014 dengan judul, *“Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Askes (Persero) Cabang Utama Pekanbaru”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui straregi Humas dalam meningkatkan citra di perusahaan PT. Askes (Persero) Cabang Utama Pekanbaru. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dalam menentukan sample, dalam skripsi ini menggunakan teknik *probability sampling*. Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya

yaitu hasil wawancara penulis dengan Kepala Sub Bagian 1 orang, Pranata Humas 1 orang dan Sub Bagian Pengelolaan data dan Informasi . Jadi jumlah informan adalah 3 orang, serta dokumentasi, hasil observasi yang telah penulis lakukan, dan dokumen-dokumen yang berhubungan.

Adapun yang membedakan penelitian terdahulu dengan skripsi ini yaitu terletak pada permasalahan. Lokasi dan metode penelitian yang digunakan, permasalahan dalam skripsi ini yaitu terkonsentrasi pada Strategi Humas serta apa saja faktor pendukung dan penghabatnya.

G. Metode Penelitian

Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu merupakan istilah lain dari metode penelitian.¹⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam bentuk angka.

1. lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

2. Subjek Dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

¹⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 2.

b. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini adalah strategi Humas dalam meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

3. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah jalan atau cara untuk melakukan sesuatu, yang diartikan sebagai hukum dan aturan, tentunya di dalamnya terkandung hal-hal yang di atur secara sistematis. Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang dengan cara obeservasi dan wawancara.

b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang tertulis atau lisan, dari orang-orang serta perilaku yang diamati.

4. Populasi dan Sampel

Wilayah umum atau keseluruhan objek/subjek yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang cenderung sama disebut populasi, kemudian ditarik kesimpulannya setelah ditetapkan

dan dipelajari oleh peneliti.¹⁶ Adapun populasi pada penelitian ini adalah pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

Sedangkan sample/informan adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya.¹⁷

Dalam menentukan sampel/informan penelitian ada dua macam cara menentukan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Probability sampling, adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap objek/subjek populasi yang menjadi sampel. Teknik ini meliputi, *sampling area*, *random sampling*, *proportionale stratified sampling*, *disproportionale stratified sampling* dan *simple*.¹⁸

Nonprobability sampling, adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap objek/subjek populasi untuk dipilih menjadi sampel, peneliti diperbolehkan memilih sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik ini meliputi, *kuota*, *sampling sistematis*, *aksidental*, *jenuh*, *snowball* dan *purposive*.¹⁹

¹⁶ *Ibid.* h. 215.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.* h. 218.

¹⁹ *Ibid.*

Adapun kriteria sampel/informan yaitu:

- a. Jabatan tertinggi/penguasa
- b. Karyawan yang sudah lama bekerja (senior).
- c. Kepala pengolahan informasi.
- d. Staf pelayanan informasi dan data.

Adapun cara pengambilan sample yang dilakukan oleh penulis adalah *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel/informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang penulis harapkan dan inginkan, atau mungkin dia adalah atasan/pimpinan sehingga akan memudahkan mendapatkan data yang peneliti butuhkan.²⁰

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi.²¹ Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah hasil wawancara penulis dengan sampel/informan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah hasil wawancara penulis dengan Kasubag Umum dan Hubungan Masyarakat 1 Orang, Pranata Humas 1 orang, Bidang Pelayanan dan

²⁰*Ibid. h. 218-219*

²¹Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*...,h. 41-42.

Dokumentasi 1 Orang, Bidang Pengelola Data dan Klarifikasi Informasi 1 Orang dan Bidang Penyelesaian Sengketa Informasi. Jadi jumlah informan adalah 5 orang. Tapi di dalam susunan organisasi Pranata Humas merangkap menjadi Bidang Pelayanan dan Dokumentasi, serta dokumentasi hasil observasi yang telah penulis lakukan, dan dokumen-dokumen yang berhubungan.

a. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang sifatnya melengkapi sumber data yang sudah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua bisa jadi didapat dari sumber atau pihak lain.²² Sumber data ini dapat diperoleh dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, buku-buku referensi, jurnal, observasi, wawancara, diagram gambar dan lain sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain.²³ Data yang penulis maksud adalah data yang berhubungan dengan strategi Humas dalam meningkatkan citra lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik adalah cara atau metode yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan kepandaian secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.²⁴ Teknik penelitian adalah metode yang digunakan oleh

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

²⁴ Narbuko Cholid & Ahmadi Abu, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1997), h. 1.

peneliti/pengumpul data dalam mengumpulkan data penelitiannya biasanya berbentuk observasi, dokumentasi, kuesioner, studi pustaka dan wawancara.²⁵ Instrumennya antara lain yang dimaksud adalah: *Interview* (wawancara), *Observasi* (pengamatan) dan dokumentasi.²⁶

Pengumpulan data adalah suatu langkah dalam suatu aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambilan data atau alat pengukurnya.²⁷

a. *Interview* (wawancara)

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab yaitu wawancara yang dikerjakan dengan sistematis dan dilandaskan pada tujuan penelitian.²⁸

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan peneliti sebagai teknik pengumpulan data, prosesnya akan sangat formal dan menggunakan bahasa yang baku juga sebagai teknik pengumpul bila peneliti atau telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan didapat dan biasanya peneliti menggunakan pedoman wawancara agar proses wawancara dapat lebih terarah, sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah, wawancara yang bebas wawancara tidak menggunakan format

²⁵ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta 2014), h. 75.

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D....*,h. 137-145.

²⁷ Suryabrata Sumardi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1983), h. 38.

²⁸ *Ibid.* 319.

tetap dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya hanya menggunakan panduan wawancara dan pada prakteknya lebih menggunakan bahasa yang bersahabat. Tujuan dari wawancara ini untuk mendapatkan keterangan langsung dari sumber secara aktual.²⁹

b. *Observation* (pengamatan)

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi adalah suatu proses pengumpulan data yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Hal yang penting dalam observasi ini adalah proses pengamatan dan ingatan.³⁰

c. *Dokumentation* (dokumentasi)

Dokumentasi adalah suatu teknik untuk mencari dan mendapatkan data atau informasi yang didokumentasikan baik berupa gambar, suara, tulisan, rekaman dan lain sebagainya.³¹ Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah pengumpulan data dengan penyelidikan benda-benda, buku, majalah, surat kabar, laporan, program, notulen, rapat dan sebagainya.³²

Dengan mengacu pada pengertian diatas maka dalam penelitian ini penulis akan mencari data yang berkaitan dengan startegi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*....,h. 138-140.

³⁰ *Ibid.*145.

³¹ Kartini Kartono, *Pengantar Metode Research* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 65.

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan*....,h. 79.

7. Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif* yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat. Penulis menjelaskan data dengan kalimat sehingga mendapatkan pemahaman tentang strategi Humas dalam meningkatkan citra lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

Analisis deskriptif kualitatif umumnya terbagi menjadi dua, yaitu analisis *induktif* dan analisis *deduktif*. Penelitian ini bersifat analisis *induktif*, yaitu analisis yang menggunakan cara berfikir *induktif*, yaitu cara berfikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus menuju hal-hal yang umum.³³



³³Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*...,h. 196.

BAB II

STRATEGI HUMAS DAN CITRA LEMBAGA

A. Kerangka Teoritis

1. Kerangka Teoritis

Pembahasan kerangka teoritis ini bertujuan untuk memaparkan atau menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

a. Humas

Humas memiliki banyak sekali definisi, ada definisi yang sangat singkat seperti humas adalah upaya melakukan hal-hal baik sehingga mendapatkan kepercayaan.¹ Menurut *The Mexico Definition, Public Relation* adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis tren, memprediksi konsekuensi dari tren tersebut, memberikan masukan bagi para pemimpin Organisasi dan mengimplementasikan tindakan dari program yang direncanakan, yang akan melayani Organisasi dan kepentingan publik.²

Walau definisi humas memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi pengertian sama. Salah satu definisi Humas/PR, yang diambil dari *The British Institute of Public Relation*, berbunyi:

¹ Christian S.Tendean, "Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado", *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, Vol 2, No 4 (2013), h. 3.

² Butterick Keith; Penerjemah, Nurulhasfi-ed, *Pengantar Public Relation.: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 7-8.

- 1) *“Public Relation activity management of communication between an organization and It’s publics.”*

(Aktifitas Public Relation adalah mengelola komunikasi antar organisasi dan publiknya)

- 2) *“Public Relation practice is deliberate, planne and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and it’s public.”*

(Praktik Public Relation adalah memikirkan, meerencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara Organisasi dan publiknya).

Dari definisi diatas terlihat adanya ciri khas dari Humas, yaitu suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dan publiknya. Humas bukan hanya melakukan kegiatan kepada publik yang ada diluar lembaga itu, sehingga terjadilah suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama.

Dengan pengertian demikian kita bisa mengetahui adanya sifat komunikasi dua arah dalam Humas. Dalam proses komunikasinya, Humas tidak hanya menyampaikan informasi, tetepi juga menerima informasi dari publiknya. Sifat timbal balik itu berupa memberi dan menerima.

Definisi lain juga disampaikan oleh L. Roy Blumenthal dalam bukunya *“The Practice of Public Relations“* mengatakan sebagai berikut:

“the art of building one’s own personality up to a level where one is able to meet and deal with the exgincies of everyday living vals into the realm of psychology. The art of performing the same task for businsses,

institution, goverments and all manner of other profit and non profit groupings is public relation”.

(Seni membina pribadi seseorang hingga taraf yang memungkinkan ia mampu menghadapi keadaan darurat dalam kehidupan sehari-hari, termasuk bidang psikologi, seni melaksanakan tugas yang sama baik untuk lembaga, perguruan tinggi, pemerintah dan lain-lain, baik yang menimbulkan keuntungan maupun yang tidak, termasuk Public Relations).³

PR hanyalah terdapat dalam suatu organisasi yang jelas strukturnya dan jelas pula adanya pemimpin dan yang dipimpin. PR berusaha agar kebijakan dan prosedur suatu organisasi atau perseorangan sesuai kepentingann publik serta pelaksanaan kerjanya diarahkan untuk memperoleh pengertian dan perhatian dari publik.

Cutlip, Centre & Canfield menjelaskan fungsi Humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Menunjang aktivitas utama menejemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
- 2) Hubungan yang harmonis antara lembaga/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- 3) Mengidentifikasikan Segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.

³Onong Effendy Uchjana, *Human Relations & Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju,1993), h.94-95.

- 4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/ organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak.⁴

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran PR, adalah sebagai berikut.

- 1) Membangun Identitas dan Citra Perusahaan (*Building corporate identity and image*)
 - a) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
 - b) Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- 2) Menghadapi Krisis (*Facing of Crisis*)

Menangani keluhan (*Complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR *recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
- 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotion Public Causes*)
 - a) Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik
 - b) Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang dan sebagainya.

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 19.

Humas sebagai alat manajemen secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya Humas bukanlah fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi namun bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Hal tersebut menjadikan Humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah antara organisasi atau lembaga dengan publiknya. Peranan ini turut menentukan sukses atau tidaknya visi, misi dan tujuan bersama dari organisasi atau lembaga.⁵

Dalam menjalankan kegiatannya Humas harus mampu berkomunikasi dengan baik, untuk itu perlu diketahui unsur-unsur komunikasi agar komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Lawrence D. Brennan dalam bukunya *Business Communication* mengatakan manajemen Humas itu intinya *Management is Communication System*. Dari peranan yang dilaksanakan tersebut, pejabat Humas akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

1) *Communication*

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan(*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuasor.

⁵ *Ibid. h. 24.*

2) *Relationship*

Kemampuan peran Humas/PR membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tertentu.

3) *Back up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.

4) *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas PR dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.⁶

b. Strategi Humas

Ahmad S. Adnanputra pakar Humas dalam naskah workshop berjudul *PR Strategy*, mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana adalah produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.⁷

⁶ *Ibid. h. 26-27.*

⁷ *Ibid. h. 133.*

Tahapan fungsi-fungsi manajemen, yang pertama adalah menetapkan tujuan (objektif) yang hendak diraih, posisi tertentu atau dimensi yang ingin dicapai sesuai dengan perencanaan (*ststement of organization destination*) yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen suatu organisasi bersangkutan.⁸

Untuk lebih jelasnya, Strategi PR dibentuk melalui komponen yang saling terkait erat, yakni sebagai berikut.

No.	Komponen	Pembentukan Strategi PR
1.	Komponen Sasaran	Satuan atau segmen yang akan dianggap.
2.	Komponen Sasaran	Panduan atau bauran sarana untuk menggarap suatu sasaran.

Tabel 1. Komponen dan pembentuk Strategi PR

Pertama, komponen sasaran, umumnya adalah para stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyandang opini bersama (*common opinion*), potensi polemik dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus disini adalah yang disebut publik sasaran (*target public*).

Kedua komponen sasaran yang pada strategi PR berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut kearah posisi atau dimensi yang menguntungkan. Hal tersebut dilakukan dengan pola dasar “*The 3-*

⁸ *Ibid.*

C's option” (*Conservation, Change dan Crystallization*) dari stakeholder yang disegmentasikan menjadi publik sasaran yaitu sebagai berikut.⁹

No	Komponen	Strategi PR
1.	Mengukuhkan (<i>Conservation</i>)	Terhadap opini yang aktif- <i>Pro</i> (<i>Proponen</i>)
2.	Mengubah (<i>Change</i>)	Terhadap opini yang aktif <i>Contra</i> (<i>Oponen</i>)
3.	Mengkristalisasi (<i>Crystallization</i>)	Terhadap opini yang pasif (<i>Uncommitted</i>)

Tabel 2. Komponen dan strategi PR

Landasan umum dalam proses penyusunan strategi PR, menurut Ahmad S. Adnanputra dalam makalahnya “*PR Strategy*”, yang berkaitan dengan fungsi-fungsi Humas/PR secara integral (berkesinambungan) melakat dengan manajemen suatu perusahaan/lembaga, yaitu sebagai berikut;

- 1) Mengidentifikasi masalah yang muncul.
- 2) Identifikasi unit-unit sasaran.
- 3) Mengevaluasi mengenai pola dan kadar tindak unit sebagai sasaran.
- 4) Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
- 5) Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi PR.
- 6) Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintah dan lain sebagainya.
- 7) Langkah terakhir adalah menjabarkan strategi PR, dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan,

⁹ *Ibid.*

dilaksanakan, mengakomodasikan, dan penilaian/evaluasi hasil kerja.¹⁰

Selain itu perlu diketahui pula komponen-komponen pembentuk strategi perusahaan (*Corporate Strategy*). Dalam pembentukan strategi korporat, suatu strategi dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan (*Corporate Culture*) yaitu:

- 1) Secara Makro, lingkungan perusahaan atau lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur: kebijakan umum (*Public Policy*), budaya (*Culture*) yang dianut, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh organisasi bersangkutan.
- 2) Secara Mikro, tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber dimiliki (sumberdaya manusia dan sumber daya guna lainnya yang dikuasai), sistem pengorganisasian, dan rencana atau program dalam jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai.¹¹

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa untuk mengokohkan dan memantapkan fungsi kehumasan agar mengenai sasaran lembaga/organisasi, maka aktivitas utama Humas secara operasional seharusnya berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

puncak organisasi (*Top Management*). Maka manfaat yang dapat dicapai dari kedekatan itu adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan pengetahuan yang jelas dan rinci mengenai suatu sistem terpadu, pola perencanaan, kebijakan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan organisasi yang bersangkutan. Komunikator dan Mediator Humas/PR harus mengetahui sejauh mana batas-batas pesan/informasi yang dapat dipublikasikan, pesan/informasi yang tidak bisa diungkapkan secara terbuka kepada publiknya, khususnya kepada kalangan pers/media massa.
- 2) Supaya aktivitas Humas dalam mewakili lembaga/organisasi tersebut dapat dipertegas mengenai batas-batas wewenang dan tanggung jawab sebagai juru bicara. Kemudian kegiatan Humas/PR akan selalu mengetahui secara jelas pelaksanaan dari keputusan atau kebijakan yang diambil oleh pimpinan organisasi.
- 3) Mengetahui secara langsung rincian “latar belakang” suatu proses perencanaan, kebijaksanaan, arah hingga tujuan jangka pendek maupun jangka panjang organisasi yang ingin dicapai.
- 4) Tanpa di perantarai oleh pejabat atau departemen lain, maka fungsi humas akan lebih optimal, antisifatif dan dapat melaksanakan beerbagai macam perencanaan, sehingga mampu mengatasi kemungkinan masalah yang akan timbul tanpa diduga sebelumnya.
- 5) Humas berperan melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap *feed back* (reaksi)

khususnya dalam upaya penilaian sikap dan mengetahui persepsi masyarakat (*public acceptance or non public acceptance*).

- 6) Humas bisa langsung memberikan saran, ide dan rencana atau program kerja kehumasan dalam rangka memperbaiki atau mempertahankan nama baik, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap publiknya. Termasuk menjembatani atau menyelaraskan antara keputusan/kebijaksanaan organisasi/lembaga dengan kepentingan, keinginan dan sekaligus upaya mendapatkan partisipasi dan dukungan dari masyarakat (publik).¹²



Strategi komunikasi Humas merupakan usaha menjalin hubungan positif dengan berbagai pihak, karena Humas adalah perpanjangan tangan dari top manajemen dari sebuah lembaga/organisasi. Humas memiliki peran dalam membangun hubungan dengan publik *Internal* maupun *Eksternal*. Ruang lingkup strategi komunikasi Humas dalam menjalin hubungan, meliputi:

1) *Komunikasi Vertikal*

Yakni arus komunikasi dua arah timbal balik. Jenis komunikasinya yaitu komunikasi dari arah atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*). Dalam komunikasi dari atas ke bawah, pihak pemimpin memberikan instruksi, petunjuk penjelasan, informasi, penugasan dan lain sebagainya kepada ketua

¹² *Ibid.*

unit/kelompok dan bawahan. Kemudian komunikasi dari bawah keatas biasanya bawahan memberikan laporan, pelaksanaan tugas, sumbangan saran, keluhan, komplain hingga pengaduan pada pemimpinnya masing-masing.

2) *Komunikasi Horizontal*

Komunikasi horizontal (menyamping) merupakan komunikasi satu level yang terjadi antara karyawan dengan karyawan lainnya, pemimpin satu departemen dengan departemen lainnya dalam satu tingkatan. Bisa juga terjadi komunikasi *horizontal* yang sifatnya *diagonal* (silang) antara karyawan, kepala seksi dan departemen dan dalam sebuah sistem komunikasi yang digunakan oleh organisasi.

3) *Komunikasi Eksternal*

Komunikasi Eksternal berlangsung ke dua arah antar pihak lembaga/organisasi dengan pihak luar. Misal komunikasi dengan rekan bisnis, *suplier* (pemasok), pers, pemerintahan dan lain sebagainya. Keberhasilan dalam komunikasi eksternal ini, juga sekaligus merupakan keberhasilan pihak PR dalam mendapatkan dukungan, perhatian, kepercayaan, partisipasi dan kerja sama dengan pihak publiknya.¹³

Strategi bisa berhasil dalam pelaksanaannya apabila semua bagian dalam organisasi, termasuk sub- bagian bekerja sama. Semua karyawan harus mengetahui tentang strategi tersebut beserta prosesnya. Mereka

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*....,h. 91-92.

diberi informasi, pengetahuan dan penjelasan serta motivasi untuk terlibat dalam pelaksanaannya, untuk itu mereka harus diberi arahan secara khusus sehingga bisa saling berkomunikasi dan memahami satu dengan lainnya kemudian melibatkan diri. Mereka juga bisa memberi *feed back* atas sistem atau proses yang sedang diimplementasikan.

Selain itu fungsi Humas yang lain adalah menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat Humas dan masyarakat untuk mewujudkan tujuan bersama. Tujuan tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi Humas:

1) **Strategi operasional**

Yaitu melalui pelaksanaan program Humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dan opini publik yang dapat dilihat pada setiap pemberita yang dimuat di berbagai media.

Artinya Humas harus bersikap atau berkemampuan *listening* (mendengarkan) tidak hanya *hear* (mendengar) pada setiap aspirasi yang ada di masyarakat, baik mengenai etika, moral, norma maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

2) **Pendekatan Persuasif dan edukatif**

Fungsi Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan,

maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar terciptanya saling mengerti, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

3) Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambik keuntungan sepihak dari publik sasarananya yaitu masyarakat, namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4) Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relation*) maupun hubungan keluar (*eksternal relation*) untuk meningkatkan kerja sama. Hal ini dilakukan dalam rangka menerangkan hubungan baik dengan publiknya (*community relation*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*).

5) Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional dalam mewujudkan ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan nasional.

Berkaitan dengan langkah-langkah pokok dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi PR dalam upaya untuk menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan publik eksternal tersebut diatas, dapat ditarik suatu pengertian yang mencakupi peranan Humas di berbagai kegiatan di lapangan, yaitu:

- a) *To Inform* (Menginformasikan);
- b) *To Explain* (Menerangkan);
- c) *To Suggest* (Menyarankan);
- d) *To Persuade* (Membujuk);
- e) *To Invite* (Mengundang);
- f) *To Convince*. (Meyakinkan).¹⁴

c. Citra

1) Citra Perusahaan

Kini, banyak sekali perusahaan atau organisasi dan orang-orang yang mengelolanya sangat sensitif terhadap publik-publik mereka yang kritis. banyak perusahaan atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan.

Tidak hanya terlepas dari kesan negatif publiknya, citra dipandang sebagai *fragile commodity* atau komoditas yang rentan pecah, kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang

¹⁴ *Ibid. h. 143-144.*

positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.¹⁵

Memahami bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya tergantung pada mutu produk dan jasa tapi juga pada kepiawayan membangun citra perusahaan. Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi Humas/PR. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangibel*) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik dan masyarakat.¹⁶

Menurut Bill Cantop dalam Sukatendel, mengatakan bahwa citra adalah *“image: the impresion, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization”* (citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi).¹⁷

Menurut Sukatendel citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Istilah lainnya adalah *Favourable Opinion* (opini yang mendukung).

¹⁵ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardinanto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h.111.

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*....,h. 75.

¹⁷ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardinanto, *Dasar-Dasar Public Relation*....,h. 109.

Sukatendel menawarkan definisinya, yaitu PR adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama (*PR is one of the communication methods to creat a positive image by the publics of an organization on the basic of honoring mutual interest*).

Kesan pertama dalam definisi ini:

- a) Komunikasi adalah ilmu. PR adalah bagian dari ilmu komunikasi; ilmu yang sedang tumbuh dan mulai digandrungi. PR cukup ilmiah untuk dipelajari.
- b) Citra adalah suatu istilah baru yang menarik. Banyak diperbincangkan saat ini oleh masyarakat. Kita perlu memanfaatkan momentum ini sekaligus memasyarakatkan pengertian dari perlunya PR.
- c) Mitra juga adalah istilah baru yang menarik. Memberi kesan saling memperhatikan.
- d) Kepentingan bersama (*mutual interest*) adalah esensi kegiatan PR jelas dan menggambarkan dua pihak (*two way communication*).

Mengacu pada definisi yang ditawarkan diatas, terdapat empat unsur penting, yaitu:

- a) Metode Komunikasi antara lain, *jurnalistik* (untuk kepentingan umum, *propaganda* (untuk kepentingan komunikator), *iklan* (untuk kepentingan perusahaan). Metode komunikasi memiliki arti cara

untuk mencapai tujuan dengan menggunakan ilmu komunikasi untuk kepentingan bersama.

- b) Menciptakan citra positif: citra adalah kesan, perasaan, gambaran yang diciptakan dari sebuah objek, orang atau organisasi.
- c) Mitra adalah teman, sahabat, kawan, rival kerja. Seperti wartawan adalah mitra PR. Yang bisa digunakan sebagai media publisitas demi kepentingan publik internal dan eksternal. Publik banyak terjemahannya, *Public Administrator* (Negara), *Public Transportation* (umum), *Public Opinion* (khalayak), dan *Public Relation* (masyarakat).
- d) *Mutual Interest, Mutual Understanding* adalah saling menghormati kepentingan bersama. PR juga harus membela kepentingan mitranya, baik internal maupun eksternal.¹⁸

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, komite dan aktivitas. Setiap lembaga/organisasi memiliki citra, setiap lembaga/organisasi memiliki citra sebanyak orang yang memandangnya. Citra itu datang dari pelanggan, staf perusahaan, banking, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan lain sebagainya.

Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relation Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan

¹⁸ *Ibid. h. 113.*

seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Dalam buku *Essential of Public Relation*, Frank menyebut citra adalah kesan yang diperoleh berdasar pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Jalaludin Rahmat dalam bukunya, *Psikologi Komunikasi* menyebutkan bahwa citra adalah penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Solomon dalam Rahmat, mengemukakan sikap pada seseorang atau sesuatu bergantung pada citra kita tentang orang atau objek tersebut.¹⁹

2) Proses Pembentukan Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Solomon, dalam Rahmat, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki.

Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tapi cenderung memengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.²⁰

Menurut William V Haney, dalam Danasputra, pentingnya penelitian mencakup: a) Memprediksi tingkah publik sebagai reaksi terhadap

¹⁹ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardinanto, *Dasar-Dasar Public Relation*....,h. 114.

²⁰ *Ibid.*

tindakan lembaga/organisasi perusahaan; b) mempermudah usaha kerja sama dengan publik; c) memelihara hubungan yang ada.

Dengan melakukan penelitian citra, lembaga/organisasi dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasi maupun terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh yang bersangkutan. Dari penelitian citra ini, lembaga/organisasi juga dapat mengetahui apa saja yang disukai dan tidak disukai publik tentang lembaga/organisasi, dengan demikian lembaga/organisasi dapat mengambil langkah-langkah yang tepat bagi kebijakan lembaga/organisasi selanjutnya.²¹

Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relation* dan buku lainnya *Essential of Public Relation* mengemukakan jenis-jenis citra, antara lain:

- a) *The mirror image* (cerminan cerita), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaan.
- b) *The curent image* (citra kini), yaitu citra yang terdapat pada pulik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut minimnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan denga *mirror image*.
- c) *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu pihak manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan

²¹ *Ibid. h 117.*

untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.

- d) *The multiple image* (citra berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau lembaga.²²

Citra positif mempunyai peranan yang sangat penting bagi suatu lembaga/organisasi, karena dengan memiliki citra positif, suatu lembaga/organisasi akan lebih mudah dalam mendapatkan kepercayaan maupun dukungan dari publiknya. Selain itu itu dengan memiliki citra yang positif suatu lembaga/organisasi akan lebih mudah menjalin kerja sama yang baik dan saling menguntungkan dengan berbagai pihak.

Agar suatu lembaga/organisasi memperoleh citra yang baik maka Humas dapat mengupayakan dengan jalan menciptakan suatu usaha yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan. Usaha itu bisa berupa pelaksanaan program kerja yang efektif dan berdampak bagi lembaga/organisasi yang nantinya bisa menumbuhkan dan memupuk citra positif dari publik.

Scoot M. Cutlip & Allen H. Center, menyatakan ada empat acuan tahapan atau langkah pelaksanaan program kerja humas antara lain:

²² *Ibid.*

a) *Research-Listening* (penelitian dan mendengarkan)

Pada tahap ini penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan langkah dan kebijakan dari suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan evaluasi fakta dan informasi yang didapat untuk keperluan penelitian berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan fakta dan informasi mana yang berkaitan dengan lembaga, yaitu *What's Our Problem?* (Apa yang menjadi masalah kita?).

b) *Planing-Decision* (perencanaan dan mengambil keputusan)

Pada tahapan ini sikap, opini, ide dan reaksi yang berkaitan dengan kebijakan dan penetapan program kerja lembaga yang sejalan dengan kepentingan dan kehendak pihak yang berkepentingan mulai diberikan, *Here's what we can do?* (apa yang dapat kami kerjakan?).

c) *Communication-Action* (mengkomunikasikan dan pelaksanaan)

Di tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan, dijelaskan sehingga timbulah persepsi yang efektif dan mempengaruhi pihak yang dianggap penting dan berpotensi memberi dukungannya secara penuh. *Her's what we did and why?* (apa yang telah kita lakukan dan mengapa?).

d) *Evaluation* (mengevaluasi)

Di tahap ini Humas/PR melakukan penilaian terhadap hasil dari program atau aktivitas-aktivitas Humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi evektifitas dari teknik-teknik manajemen dan

komunikasi yang telah dipergunakan, *How did we do?* (Bagaimana yang telah kita lakukan?).²³

d. Teori

Dalam suatu kegiatan komunikasi, diharapkan adanya perubahan sikap pada orang lain. Perubahan sikap merupakan proses sosialisasi dimana seseorang akan bereaksi apabila rangsangan atau stimulus yang diberikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan.

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif (pengetahuan) yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno, dalam laporan tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip Danasputra, sebagai berikut:



Gambar 1. Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus

Public Relation digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam proses ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui Persepsi-Kognisi-Motivasi-Sikap.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*....h.140.

“proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus”.

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan memengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak.

Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam memengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan berbagai citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai “*Picture in our head*” oleh Walter Lipman.

Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut. **Persepsi** diartikan serbagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang

Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat memengaruhi perkembangan kognisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. **Motif** adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga di benak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya.

Pentingnya penelitian citra, ungkap H. Frazier Moore, dalam Danusaputra, penelitian citra menentukan sosok institusional dan citra perusahaan dalam pikiran publik dengan mengetahui secara pasti sikap masyarakat terhadap sebuah organisasi, bagaimana mereka memahami dengan baik, dan apa yang mereka sukai dan tidak sukai tentang organisasi tersebut. Penelitian citra memberi informasi untuk mengevaluasi kebijaksanaan, memperbaiki kesalah pahaman, menentukan daya tarik pesan hubungan masyarakat, dan meningkatkan citra hubungan masyarakat dalam pikiran publik.²⁴



(Pembuat model: Sholeh Soemirat dan Elvinaro Ardianto).²⁵

Gambar 2. Proses pembentukan citra

²⁴ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*...,h. 114-118.

²⁵ *Ibid*, 119.

BAB III

PROFIL HUMAS KANTOR WILAYAH AGAMA PROVINSI LAMPUNG

A. Sejarah Kantor Kementerian Agama Republik Indonesia

Kementerian Agama atau disingkat kemenag, dulu Departemen Agama atau disingkat Depag, adalah 1 dari 34 kementerian yang ada di Indonesia dengan slogan “Ikhlās Beramal”. Yang memiliki landasan hukum dalam pendiriannya, landasan hukum kementerian adalah Bab V Pasal 17 UUD 1945. Lebih lanjut, UU No. 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara dan Perpres Nomor 47 Tahun 2009 adalah UU dan Perpres yang mengatur tentang Pembentukan Organisasi Kementerian Negara.

Dalam perjalanan sejarahnya Kementerian Indonesia sudah banyak mengalami perubahan. Sebagian besar kementerian yang ada sekarang telah mengalami berbagai perubahan, penggabungan, pemisahan, pergantian nama, dan pembubaran (baik sementara atau permanen). Dalam setiap kabinetnya Jumlah kementerian sendiri hampir selalu berbeda-beda, bermula dari yang hanya jumlahnya belasan hingga pernah mencapai ratusan kementerian, hingga akhirnya ditetapkan maksimal 34 kementerian yang diatur di dalam UU No. 39 Tahun 2008.

Dalam perjalanannya, pembentukan kementerian di Indonesia selalu mempertimbangkan aspek kekuatan politik, ideologi, dan suku bangsa. Pada era Perjuangan Kemerdekaan dan Demokrasi Parlementer, ada empat partai politik yang saling bersaing dalam memperebutkan posisi kementerian. Empat partai politik itu, yakni PNI, Masyumi, Nahdlatul Ulama, dan PSI.

Setelah tahun 1955, kekuatan tambahan dalam percaturan politik Indonesia berasal dari PKI. Pada masa Kabinet Pembangunan I - VII, hanya ada satu kekuatan politik yang dominan, yakni Golkar (Golongan Karya). Dan pada era Reformasi, ada empat partai besar yang pernah menduduki puncak pimpinan negara. Partai itu ialah. Golkar, PKB, PDIP, dan Demokrat.

Jika dilihat berdasarkan komposisi etnis, Suku Jawa menjadi mayoritas yang mendominasi Kementerian Indonesia, Suku Minangkabau dan Suku Sunda yang mengikuti di belakangnya. Suku Minahasa dan Maluku, merupakan kelompok masyarakat yang banyak mengisi Kementerian Indonesia yang berasal dari Indonesia Timur.

Sepanjang sejarahnya, Kementerian menggunakan nomenklatur/tata susunan yang berubah-ubah. "Departemen", "Kantor Menteri Negara", dan "Kantor Menteri Koordinator" adalah tata susunan yang digunakan sekitar tahun 1968-1998. Istilah "Kementerian Negara" dan "Kementerian Koordinator" mulai digunakan pada tahun 1998. Yang dipertahankan hanya istilah "Departemen". Seluruh tata susunan Kementerian dikembalikan menjadi "Kementerian" pada masa Kabinet Indonesia Bersatu II dan sejak berlakunya UU No. 39 Tahun 2008 dan Perpres No. 47 Tahun 2009, seperti pada masa awal Kemerdekaan.¹

Kementerian Agama Republik Indonesia adalah salah satu kementerian yang ada di Indonesia yang dibentuk pada 3 Januari 1946 M yang bertepatan dengan 24 Muharram 1346 H, artinya 74 tahun lalu.


¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Indonesia, diakses senin, 18 mei 2020, 06.43 WIB.

Dahulu disebut Departemen Agama Republik Indonesia, (Depag RI) sedangkan sekarang, Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI), Kementerian Agama dipimpin oleh seorang Menteri Agama (Menag), Jenderal Purn Fachrul Razi adalah Menag yang menjabat sejak tanggal 22 Oktober 2019. Kementerian Agama RI adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan agama.

Dalam perjalanan sejarah pembentukan dan berdirinya Kementerian Agama Indonesia menunjukkan banyak perjuangan. Pembentukan Kementerian Agama menjelang masa awal kemerdekaan memerlukan perjuangan tersendiri, penyebabnya yaitu realitas politik yang terjadi masa itu. Dalam rapat besar (rab/sidang) Badan Penyelidik Usaha-Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI), tanggal 11 Juli 1945 Mr. M. Yamin memberi usul untuk diadakannya Kementerian yang berhubungan dengan agama, yakni Kementerian bernafaskan Islam yang menurutnya memberi jaminan kepada umat Islam tentang pengadaan masjid, langgar, dan surau di tanah air Indonesia. Tetapi usulnya tentang ini tidak begitu mendapat sambutan dari peserta sidang kala itu.

Pada Minggu, 19 Agustus 1945 Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI) melangsungkan sidang untuk membicarakan pembentukan Kementerian/Departemen, perihal Kementerian Agama usulan tentang Kementerian Agama tidak semua anggota menyepakatinya. Hanya enam dari 27 Anggota PPKI yang sepakat. Beberapa anggota PPKI yang menolak antara lain: Johannes Latuharhary (seorang perintis kemerdekaan Indonesia kelahiran

Ulath, Saparua, Maluku Tengah, Maluku, 6 Juli 1900) mengusulkan kepada rapat agar masalah-masalah agama diurus Kementerian Pendidikan. Seorang wakil Islam dari Lampung, yaitu Abdul Abbas, agar Kementerian Pendidikan saja yang menangani urusan agama. Iwa Kusumasumatri, dari Jawa Barat yang merupakan seorang nasionalis, berpendapat karena pemerintahan itu sifatnya nasional, agama seharusnya tidak diurus kementerian khusus tapi dia juga setuju dengan gagasan Kementerian Agama itu perlu. Raden Mas Soewardi Soerjaningrat atau lebih dikenal Ki Hadjar Dewantara Pakualaman, pria kelahiran 2 Mei 1889, tokoh pendidikan Taman Siswa, lebih suka urusan-urusan agama menjadi tugas Kementerian Dalam Negeri. Pada akhirnya pembentukan Kementerian Agama akhirnya ditolak dikarenakan penolakan dari beberapa tokoh penting ini.



Jabatan Menteri Agama belum diadakan pada awal pembentukan Kabinet Presidensial, Kabinet Presidensial dibentuk awal bulan September 1945. Demikian halnya, ketika kabinet Parlemen di bawah Perdana Menteri Sjahrir menggantikan Kabinet Presidensial di bulan Nopember. Pada tanggal 11 Nopember 1946 anggota KNIP dari Karesidenan Banyumas yaitu K.H. Abudardiri, K.H. Saleh Suaidy, dan M. Sukoso Wirjosaputro mengajukan usulan pembentukan Kementerian Agama kepada Badan Pekerja Komite Nasional Indonesia Pusat (BP-KNIP). Pada tanggal 25-28 Nopember 1945 sidang pleno BP-KNIP kembali digelar bertempat di Fakultas Kedokteran UI Salemba. Usulan tersebut kembali dikemukakan untuk memperoleh persetujuan BP-KNIP. Setelah Usulan ini mendapat dukungan dari

Mohammad Natsir, Muwardi, Marzuki Mahdi, dan Kartosudarmo yang semuanya juga merupakan anggota KNIP. Wakil-wakil KNIP Daerah Karesidenan Banyumas kembali mengusulkan, antara lain; Supaya dalam negara Indonesia yang sudah merdeka ini janganlah hendaknya urusan agama hanya disambillalukan tetapi hendaknya diurus oleh suatu Kementerian Agama tersendiri dalam tugas Kementerian Pendidikan, Pengajaran & Kebudayaan atau lembaga-lembaga lainnya.

Usul tersebut mendapat sambutan dan dikuatkan oleh tokoh-tokoh Islam yang hadir dalam sidang KNIP pada waktu itu. Wakil Presiden Mohamad Hatta, yang kemudian menyatakan bahwa Adanya Kementerian Agama tersendiri setelah mendapat isyarat dari Presiden Soekarno. ketetapan NO.1/S.D dikeluarkan pemerintah pada 3 januari 1946 sebagai realisasi janji tersebut. Yang antara lain berbunyi: “Presiden Republik Indonesia, Mengingat: Usul Perdana Menteri dan Badan Pekerja Komite Nasional Pusat, memutuskan: Mengadakan Departemen Agama”.

Pengumuman berdirinya Kementerian Agama disiarkan oleh pemerintah melalui siaran Radio Republik Indonesia (RRI). Menteri Agama RI yang pertama diangkat langsung oleh Presiden Soekarno yakni H Mohammad Rasjidi. H.M. Rasjidi adalah seorang ulama yang dikemudian hari dikenal sebagai pemimpin Islam dan tokoh Muhammadiyah, H.M. Rasjidi memiliki latar belakang pendidikan Islam modern. H.M. Rasjidi saat itu adalah menteri tanpa portofolio/pimpinan departemen dalam Kabinet Sjahrir. Massa itu H.M. Rasjidi menggantikan posisi K.H.A.Wahid Hasjim, dalam

kementerian negara dan sudah bertugas mengurus permasalahan yang berkaitan dengan kepentingan umat Islam.

Kementerian Agama mengambil alih tugas-tugas keagamaan yang awalnya berada pada beberapa kementerian-kementerian yang berbeda, (berkenaan dengan, urusan haji, peradilan agama dan kemasjidan) diambil alih dari Kementerian Dalam Negeri, (berkenaan dengan tugas dan wewenang Mahkamah Islam Tinggi) diambil alih dari Kementerian Kehakiman, (berkenaan dengan masalah pengajaran agama di sekolah-sekolah) diambil alih dari Kementerian Pengajaran, Pendidikan dan Kebudayaan.

Keputusan dan penetapan pemerintah ini dikumandangkan di udara oleh RRI ke seluruh dunia, dan disiarkan oleh pers dalam, dan luar negeri, dengan H. M. Rasjidi sebagai Menteri Agama yang pertama. Pembentukan Kementerian Agama segera menimbulkan kontroversi di antara berbagai pihak. Struktur dan fungsionaris/kepegawaian yang menangani urusan-urusan keagamaan sudah ada sejak kerajaan-kerajaan Islam atau kesultanan, pada masa penjajahan Jepang kantor urusan agama bernama *Shumubu* (Kantor Urusan Agama) dan *Het Kantoer voor Inlandsche Zaken* (Kantor untuk Urusan Pribumi Islam) pada masa kolonial Belanda.²

Dalam perjalanan sejarah dari awal berdirinya Kementerian Agama Republik Indonesia 74 tahun lalu Kementerian Agama RI sudah 23 kali

² https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Agama_Republik_Indonesia, diakses senin, 18 mei 2020, 06.43 WIB.

mengalami pergantian menteri, meski ada beberapa menteri yang pernah menjabat lebih dari satu kali di dalam kabinet yang berbeda. Sejak awal berdirinya Kementerian Agama RI, Kemenag sudah mengalami pergantian berkali-kali Menteri Agama, berikut adalah daftar orang-orang yang pernah menduduki jabatan sebagai Menteri Agama di Indonesia hingga sekarang, yang telah penulis masukan di dalam lampiran.

Dalam perjalanannya Kementerian Agama memiliki tugas dan fungsi. Kementerian Agama mempunyai tugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara dan menyelenggarakan urusan-urusan di bidang keagamaan dalam pemerintahan. Dalam melaksanakan tugas, Kementerian Agama menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang keagamaan
2. Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Agama
3. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Agama
4. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementerian Agama di daerah
5. Pelaksanaan kegiatan teknis yang berskala nasional dan
6. Pelaksanaan kegiatan teknis dari pusat sampai ke daerah

Selain itu dalam pelaksanaannya untuk meringankan dan memaksialkan kerja Kementerian Agama maka, Kementerian Agama tersusun dari 11 sebelas unit kerja antara lain:

1. Sekretariat Jenderal
2. Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah
3. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam
4. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Kristen
5. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Katolik
6. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu
7. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Buddha
8. Inspektorat Jenderal
9. Badan Penelitian dan Pengembangan, dan Pendidikan dan Pelatihan dan
10. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.

Selain unit kerja tersebut di atas, Menteri Agama dibantu oleh 3 (tiga) staf ahli dan 2 (dua) pusat yaitu:

1. Staf Ahli
 - Staf Ahli Bidang Hubungan Kelembagaan Keagamaan
 - Staf Ahli Bidang Manajemen Komunikasi dan Informasi dan
 - Staf Ahli Bidang Hukum dan Hak Asasi Manusia.

2. Pusat:

- Pusat Kerukunan Umat Beragama dan
- Pusat Informasi dan Hubungan Masyarakat.³

B. Sejarah Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung

Kementerian Agama RI berdiri pada tanggal 3 Januari 1946 bertepatan dengan 24 Muharram 1346 H, Menag RI pertama ialah K.H Rasjidi, dengan Motto: *Ikhlas Beramal*.

Maklumat Menteri Agama No. 2 tahun 1946 tanggal 23 April 1946 menetapkan:

1. Shomuka (bagian Agama pada Kantor karesidenan/Syuty) menjadi Jawatan Agama Daerah.
2. Keresidenan Lampung berada di bawah Provinsi Sumatera yang berpusat di Sumatera Utara dengan Gubernur pada saat itu Tengku M. Hasan. Dan Residen pertama Lampung adalah MR. A. Abas.

Pada masa perjuangan revolusi fisik tahun 1949, Acting Kepala Jabatan Agama Karesidenan Lampung Darurat RI bergabung dengan rombongan Acting Residen Darurat RI membawahi 3 Kewedanaan Yaitu:

1. Kewedanaan Lampung Selatan
2. Kewedanaan Lampung Tengah
3. Kewedanaan Lampung Utara

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Agama_Republik_Indonesia, diakses senin, 18 mei 2020, 06.43 WIB.

Tahun 1950 Provinsi Sumatera Selatan terbentuk dan membawahi 4 wilayah yaitu : Palembang, Lampung, Bengkulu dan Bangka Belitung. Pertengahan tahun 1950 Instansi Agama di tingkat Keresidenan di bubarkan. Kemudian yang diaktifkan adalah Kantor urusan Agama Kabupaten yang secara hirarki di bawah Kantor Urusan Agama Provinsi Sumatera Selatan.

Bagian Penerangan Kantor Urusan Agama Kabupaten Menjadi “Staf Penerangan Pada Kantor Urusan Agama Kabupaten” dan bagian pendidikannya menjadi Kantor Pendidikan Agama Kabupaten.

Pada perkembangan berikutnya Jabatan Agama Keresidenan Lampung dibubarkan, dan dibentuklah Koordinator Urusan Agama Daerah Lampung dan Koordinator Penerangan Agama Daerah Lampung, dan juga Pengawas Pendidikan Daerah Lampung, yang semuanya berlokasi di Telukbetung.

PMA No. 10 Tahun 1952 Susunan Organisasi Kementerian Agama tingkat daerah sebagai berikut:

1. Jawatan Urusan Agama terdiri dari:
 - a. Kantor Urusan Agama Daerah
 - b. Kantor Urusan Agama Kabupaten
 - c. Kantor Urusan Agama Kecamatan
2. Jawatan Penerangan Agama terdiri dari:
 - a. Kantor Penerangan Agama Provinsi
 - b. Pegawai Penerangan Agama

3. Jawatan Peradilan Agama

Secara hirarki urusan agama di Provinsi Lampung pada saat itu ditangani Kantor Urusan Agama Kabupaten yang ada Provinsi Sumatera Selatan.

Keputusan Presiden no. 21 Tahun 1960 dan PMA No. 14 Tahun 1960 Ditetapkan *Kementerian* berubah menjadi *Departemen*. PP No. II Tahun 1960 pembentukan IAIN

Berdasarkan Undang-undang No 14 Tahun 1964 Wilayah Sumatera Selatan dipecah menjadi 3 Provinsi yaitu: Sumsel (Sumatera Selatan), Bengkulu dan Lampung. Dengan berdirinya Provinsi Lampung maka koordinator-koordinator dan pengawas tersebut diberhentikan dan dibubarkan. Pada tahun 1966 dibentuklah Kantor Urusan Agama Provinsi Lampung (KUA), Kantor Pendidikan Agama Provinsi Lampung, dan Kantor Penerangan Agama Provinsi Lampung.

- Kepala Kantor Urusan Agama Provinsi Lampung dijabat oleh KH. Hasanudin
- Kepala Kantor Pendidikan Agama Provinsi Lampung dijabat oleh KH. A. Shobir
- Kepala Kantor Penerangan Agama Provinsi Lampung dijabat oleh H. Baheram Bakr
- Ketua Mahkamah Syariah dijabat oleh KH. M. Syafii

Kantor Urusan Agama Provinsi Lampung membawahi:

- Kantor Urusan Agama Kotamadya Tanjung Karang Teluk Betung

- Kantor Urusan Agama kabupaten Lampung Selatan
- Kantor Urusan Agama Kabupaten Lampung Tengah
- Kantor Urusan Agama Kabupaten Lampung Utara

KMA Nomor 91 Tahun 1967 , Tanggal 5 Agustus 1967 tentang Susunan Organisasi Departemen Agama Daerah sebagai berikut:

1. Perwakilan Departemen Agama Provinsi yang sederajat dan jawatan-jawatannya
2. Perwakilan Departemen Agama Kabupaten/sederajat dengan dinas-dinasnya
3. Kantor Urusan Agama Kecamatan

Perwakilan Departemen Provinsi memiliki Struktur:

1. Jawatan Urusan Agama (sebagai Kepala Perwakilan Departemen Agama Provinsi) : KH. Makmun Abdullah yang kemudian digantikan oleh KH. Hasanudin, TRA
2. Jawatan Pendidikan Agama
3. Jawatan Penerangan Agama
4. Jawatan Peradilan dan Pengadilan Agama
5. Jawatan Perguruan Tinggi dan Pesantren Luhur
6. Jawatan Urusan Haji
7. Jawatan Agama Kristen
8. Jawatan Agama Katholik

9. jawatan Agama Hindu Bali dan Budha

Perwakilan Departemen Agama Lampung membawahi

1. Perwakilan Departemen Agama Kotamadya Tanjungkarang Teluk Betung
2. Perwakilan Departemen Agama Kabupaten Lampung Selatan
3. Perwakilan Departemen Agama Kabupaten Lampung Utara
4. Perwakilan Departemen Agama Kabupaten Lampung Tengah

Keputusan Menteri Agama No. 53 tahun 1971 mengatur tentang pembentukan Kantor Perwakilan Departemen Agama Provinsi dan Kantor Departemen Agama Kabupaten dan Inspektorat Perwakilan. Kepala Perwakilan Departemen Agama Provinsi Lampung (Perwadag) : dijabat oleh H. Baheram Bakr (1975-1978).

Struktur Perwadag Provinsi Lampung:

1. Kepala Perwakilan
2. Sekertaris Perwakilan
3. Unsur Pelaksana:
 - a. Inspeksi Urusan Agama
 - b. Inspeksi Pendidikan Agama
 - c. Inspeksi Penerangan Agama
 - d. Inspeksi Peradilan Agama
4. Inspektorat perwakilan

Keputusan Menteri Agama Nomor 18 Tahun 1975 berdirilah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung dengan Kepala Kanwil yang pertama yaitu H. Baheram Bakr.⁴

Dalam perjalanan sejarahnya sejak awal dibentuk hingga sekarang Kementerian Agama Provinsi Lampung sudah 11 kali mengalami pergantian menteri, berikut adalah orang-orang yang pernah menduduki kursi Menteri Agama Kantor Wilayah Provinsi Lampung, yang telah penulis masukan dalam lampiran.

Sejarah berdirinya Kanwil Agama Provinsi Lampung juga memiliki perjalanan yang cukup panjang, Seperti yang tertulis dalam Selayang Pandang Sejarah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung, disana dijelaskan awal mula berdirinya Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung hingga penunjukan H. Baheram Bakr sebagai kepala Kanwil yang pertama. Berikut isi Selayang Pandang Sejarah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

Kementerian Agama Republik Indonesia mulai dibentuk dan disahkan berdasarkan Penetapan Pemerintah Nomor: 1/SD tanggal 3 januari 1946 bertepatan dengan 24 Muharam 1364 H. kala itu Presiden Soekarno mengangkat Prof. Dr. H. M Rasjid. BA sebagai Menteri Agama pertama, dalam pelaksanaan tugas Pemerintah Kementerian Agama mengacu Ketetapan Pemerintah No. 5/SD tanggal 25 maret 1946 dan Maklumat Pemerintah No. 2 tanggal 24 april 1946 yang menyatakan bahwa tugas pokok Kementerian

⁴ Arsip “Sejarah Berdirinya Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung”, diperoleh 16 maret 2020.

Agama adalah menampung urusan Mahkamah Islam Tinggi yang sebelumnya menjadi wewenang Kementerian Kehakiman dan pengangkatan Penghulu Landraad, Penghulu Anggota Pengadilan Agama, serta Penghulu Masjid dan para pegawai yang sebelumnya menjadi wewenang dan hak Residen dan Bupati. Melalui maklumat Menteri Agama No. 2 tanggal 23 april 1996 dibentuklah Struktur Organisasi Kementerian Agama tingkat Daerah termasuk didalamnya penetapan jawatan Agama daerah Keresidenan.

Pada tahun 1950 Lampung ditetapkan menjadi Keresidenan dan secara otomatis diikuti dengan terbentuknya Koordinator Urusan Agama tingkat Keresidenan. Dua tahun kemudian melalui peraturan menteri Agama P.M.A No. 10 tahun 1952, diadakan perubahan susunan Organisasi Kementerian Agama mulai dari pusat sampai ke tingkat daerah termasuk Keresidenan Lampung seiring dengan dinaikan perjalanan politik dan pemerintah, sebutan Kementerian di Indonesia diubah menjadi Departemen yang mengacu kepada Keputusan Presiden No. 21 tahun 1960, dan melalui P.A No. 14 tahun 1960 Kementerian Agama diubah menjadi Departemen Agama, namun seiring perubahan kebijakan Pemerintah, sebutan Departemen Agama akhirnya diubah kembali menjadi Kementerian Agama (K.M.A No. 1 tahun 2010).

Pada tanggal 18 maret 1964, terbentuklah Provinsi Lampung yang ditetapkan dengan Undang-Undang No. 14 tahun 1964, dengan demikian maka Koordinator Urusan Agama yang semula ada ditingkat Keresidenan dibubarkan. Selanjutnya dibentuklah Kantor Urusan Agama, Kantor Pendidikan Agama dan Kantor Penerangan Agama di tingkat Provinsi.

Pada tanggal 5 april 1967 Menteri Agama melalui K.M.A No. 91 tahun 1967 memutuskan tentang Susunan Organisasi Departemen Agama Provinsi yang sederajat dan Jawatan-Jawatannya, perwakilan Departemen Agama kabupaten/sederajat dengan dinas-dinasnya, Kantor Urusan Agama Kecamatan.

Selanjutnya, berdasarkan K.M.A No. 53 tahun 1971 jawatan-jawatan tersebut menjadi inpeksi-inpeksi dalam satu wadah yang disebut Perwakilan Departemen Agama. Pada tahun 1972 dibentuk Kantor Perwakilan Departemen Agama Provinsi Lampung, dan Dinas Kabupaten/Kota tersebut dilebur menjadi Kantor Departemen Agama Kabupaten/Kota.

Untuk meningkatkan efektifitas dan optimalisasi pelayanan. Urusan keagamaan kepada masyarakat, melalui K.M.A No. 18 tahun 1975 Pemerintah Pusat membentuk Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Lampung yang saat ini masih bernama Kantor Perwakilan Departemen Agama, dan mengangkat H. Baheran Bakr sebagai Kepala Kantor Wilayah yang pertama di Provinsi Lampung (Periode 1975-1978).

Kantor pertama bertempat di Jl. KH. Ahmad Dahlan Brumun, Pahoman Tanjung Karang Teluk Betung, saat itu Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Lampung membawahi 4 Kepala Kantor Departemen Agama (Kandepag) yaitu 1. Kandepag Kota Madya Tanjung Karang Teluk Betung dan 3 Kandepag Kabupaten lainnya yaitu Kandepag Lampung Tengah, Lampung Selatan dan Lampung Utara. (dibuat di Bandar Lampung 30 april 2015 M/11 Rajab 1430 H, Kakanwil Kemenag Provinsi Lampung, Drs.H. Suhaili.M.Ag).

C. Profil Humas Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung

1. Profil PPID/ Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung

Pejabat Pengelola Informasi dan Data (PPID) Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung adalah pejabat yang bertanggung jawab dan bertugas melakukan pelayanan serta pengelolaan informasi yang meliputi dokumentasi, penyediaan, penyimpanan dan pelayanan serta pengelolaan informasi di lingkungan Kanwil Kemenag Provinsi Lampung, seperti yang diamanatkan dalam undang-undang No. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik.

Untuk memperkaya khazanah konsep dan pemahaman PR, berikut beberapa pasal peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 42 tahun 2016 tentang organisasi dan tata kerja Kementrian Agama, yang kemudian menjadi landasan dan dasar Humas dalam melakukan perannya di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung. Terdiri dari 23 bab dan 924 pasal, peraturan yang membahas tentang Humas terdapat dibagian sembilan tentang biro hubungan masyarakat, data dan informasi pasal 123 sampai dengan 128. Berikut adalah beberapa pasal peraturan yang berkaitan dengan Humas:

Bagian Kesembilan

Biro Hubungan Masyarakat, Data, dan Informasi

Pasal 123

Biro Hubungan Masyarakat, Data, dan Informasi mempunyai tugas melaksanakan pembinaan, pengelolaan dan penyelenggaraan serta evaluasi

di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 124

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 123, Biro Hubungan Masyarakat, Data, dan Informasi menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan operasional di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi
- b. Pelaksanaan hubungan dengan lembaga negara, lembaga pemerintah, media, dan lembaga keagamaan
- c. Pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data dan teknologi informasi di bidang agama
- d. Koordinasi dan pengelolaan informasi dan publikasi di bidang agama
- e. Pelaksanaan pengembangan teknologi informatika dan komunikasi
- f. Pemberian layanan informasi di bidang agama
- g. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi
- h. Fasilitasi penilaian angka kredit fungsional pranata hubungan masyarakat, statistisi, dan pranata komputer
- i. Pendokumentasian kegiatan kementerian dan pimpinan dan
- j. Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga biro

Pasal 125

Susunan organisasi Biro Hubungan Masyarakat, Data, dan Informasi terdiri atas:

- a. Bagian Hubungan Masyarakat
- b. Bagian Data
- c. Bagian Teknologi dan Sistem Informasi dan
- d. Kelompok Jabatan Fungsional.

Pasal 126

Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan pembinaan, pengelolaan dan penyelenggaraan hubungan masyarakat serta pendokumentasian kegiatan kementerian.

Pasal 127
Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 126, Bagian Hubungan Masyarakat menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyiapan bahan informasi pimpinan serta koordinasi hubungan antarlembaga pemerintah/nonpemerintah
- b. Penyiapan bahan hubungan dengan media massa dan organisasi massa
- c. Penyiapan bahan koordinasi dan pembinaan kehumasan pada Kementerian
- d. Penyiapan bahan pengelolaan materi informasi untuk media massa
- e. Pelaksanaan urusan peliputan pimpinan dan dokumentasi kegiatan kementerian.

Pasal 128

Bagian Hubungan Masyarakat terdiri atas

- a. Subbagian Hubungan Antarlembaga
- b. Subbagian Layanan Informasi Publik dan
- c. Subbagian Tata Usaha.⁵

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) terdiri dari Ketua PPID, Sekretaris PPID, Bidang Pelayanan dan Dokumentasi Informasi, Bidang Pengelola Data dan Klarifikasi Informasi serta Bidang Penyeselaian Sengketa Informasi. Tim PPID ini dibawah langsung oleh Kepala Bagian Tata Usaha, tim ini bertanggung jawab atas keluar masuk informasi di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung.

Secara rutin petugas akan mempublikasikan segala informasi yang berasal dari 14 kabupaten dan kota yang tersebar di seluruh Provinsi Lampung ke dalam *website* pribadi Kanwil, tentunya yang berkenaan dengan urusan agama, melalui *website* Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung di <https://lampung.kemenag.go.id>. Semua informasi dapat diakses dan diunduh dari *website* tersebut. Mengenai informasi atau data lain yang tidak tersedia pada *website*, publik atau pemohon dapat memintanya dengan cara membuat permintaan secara tertulis ke Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung dengan datang langsung ke kantor, melalui surat yang dikirim langsung, *fax*, maupun *email* yang kemudian

⁵https://sumsel.kemenag.go.id/files/sumsel/file/file/1surat17/PMA_Nomor_42_Tahun_2016.pdf. Diakses 17 juli 2020.

akan di proses dan akan dikabari jika sudah selesai, adapun informasi yang belum tersedia biasanya disebabkan oleh revisi atau pembaruan data.

2. Tugas dan Fungsi PPID/Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung

Hubungan Masyarakat, Data, dan Informasi mempunyai tugas melaksanakan pembinaan, pengelolaan dan penyelenggaraan serta evaluasi di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun dalam melaksanakan fungsinya humas menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan operasional di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi
- b. Pelaksanaan hubungan dengan lembaga negara, lembaga pemerintah, media, dan lembaga keagamaan
- c. Pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data dan teknologi informasi di bidang agama
- d. Koordinasi dan pengelolaan informasi dan publikasi di bidang agama
- e. Pelaksanaan pengembangan teknologi informatika dan komunikasi
- f. Pemberian layanan informasi di bidang agama
- g. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang hubungan masyarakat, data, dan teknologi informasi

- h. Fasilitasi penilaian angka kredit fungsional pranata hubungan masyarakat, statistisi, dan pranata komputer
- i. Pendokumentasian kegiatan kementerian dan pimpinan dan
- j. Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga biro⁶

3. Visi dan Misi Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Lampung

Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung memiliki visi, terciptanya pengelolaan humas yang proporsional, profesional, elektif dan efesien dan mendukung prinsip-prinsip tata kelola kementerian agama yang baik.

Sedangkan misinya yaitu,

- a. Meningkatkan kualitas fasilitas dan pengelolaan layanan informasi melalui pemanfaatan teknologi informasi guna menunjang ketersediaan dan kemudahan mengakses informasi.
- b. Meningkatkan partisipasi publik dengan membuka komunikasi yang baik
- c. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia guna meningkatkan pelayanan Humas

4. Maklumat Pelayanan Informasi Publik PPID

Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung berupaya memberikan pelayanan informasi publik dengan sungguh-sungguh untuk dapat:

⁶ https://lampung.kemenag.go.id/tugas_dan_fungsi, diakses senin, 18 mei 2020.

- a. Memberikan pelayanan informasi yang cepat dan tepat waktu
- b. Memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi publik bidang komunikasi dan informasi yang diperlukan dengan murah dan sederhana
- c. Menyediakan dan memberikan informasi publik yang akurat, benar dan tidak menyesatkan
- d. Menyediakan daftar informasi publik untuk informasi yang wajib disediakan dan diumumkan
- e. Menjamin kemudahan seluruh informasi publik dan fasilitas pelayanan sesuai dengan ketentuan dan tata tertib yang berlaku
- f. Menyiapkan ruang dan fasilitas yang nyaman dan tertata baik
- g. Merespon dengan cepat permintaan informasi dan keberatan atas informasi publik yang disampaikan baik langsung maupun melalui media
- h. Menyiapkan petugas informasi yang berdedikasi dan siap melayani
- i. Melakukan pengawasan internal dan evaluasi kerja pelaksana⁷

D. Struktur Organisasi PPID/Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung

Menurut The Liang Gie dalam bukunya yang berjudul Melayu, Struktur organisasi adalah kerangka yang mewujudkan pola baku dari hubungan/ikatan diantara unit-unit kerja, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan dan peranan masing-masing atau hirarki dalam

⁷ <https://lampung.kemenag.go.id/static-43321.html>

kebutuhan kerjasama.⁸ Flippo melanjutkan, hasil langsung dari proses organisasi adalah penciptaan struktur organisasi. Struktur adalah kerangka dasar dari hubungan formal yang telah disusun. Maksud dari struktur itu adalah untuk membantu dalam mengatur dan mengarahkan usaha-usaha yang dilakukan dalam organisasi sehingga dengan demikian usaha-usaha itu terkoordinir dan konsisten dengan sasaran organisasi.⁹ Lebih lanjut Flippo menyatakan bahwa terdapat beberapa bentuk atau tipe dasar struktur organisasi, yaitu struktur lini, struktur lini dan staf, struktur fungsional dan struktur proyek.¹⁰

Sebagaimana sebuah organisasi, maka organisasi yang ada di Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung merupakan organisasi yang ada untuk mewujudkan visi dan misi yang ada di Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung. Salah satu wujud dari hal tersebut adalah dengan menyusun struktur organisasi yang terdiri dari perangkat pengurus beserta tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Sebuah struktur organisasi merupakan pola formal dari aktifitas dan hubungan antara berbagai organ dan bidang-bidang dari organisasi.

H. Musal, Mengatakan *“Peran dan Fungsi Humas sangat Urgent bagi Kanwil Kementerian Agama meliputi dua aspek yakni pada aspek publikasi untuk menyampaikan kebijakan dan program, promosi capaian kinerja, merespon isu publik di media, masyarakat dan stakeholder serta menyediakan fasilitas dialog dengan publik. Sedangkan pada sisi feedback*

⁸ Paliema, et.al., *“Jurnal Administrasi Publik”* Vol. 1 No. 37 (2006)

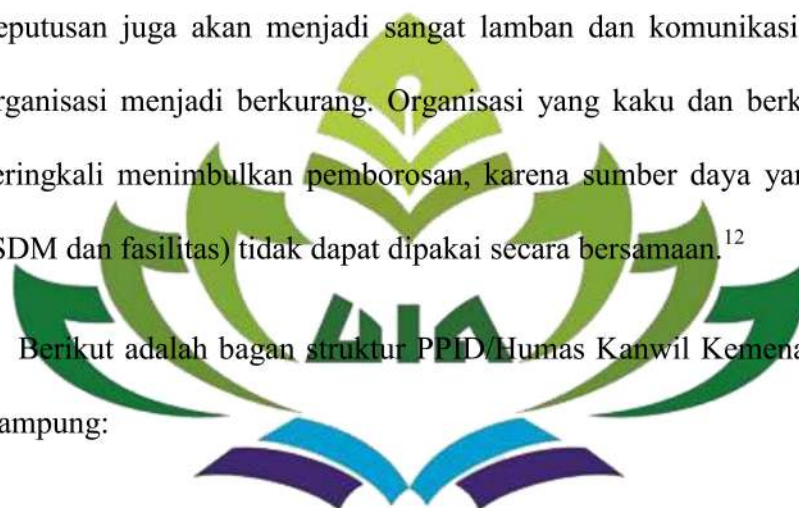
⁹ *Ibid*

¹⁰ *Ibid*

*menyerap aspirasi masyarakat, memantau isu di media, masyarakat dan stakeholder, analisis isu strategis serta memberikan masukan pada pimpinan dalam mengambil keputusan”.*¹¹

Ancok mengatakan, perlu diingat bahwa pembentukan suatu organisasi baik aspek Sumber Daya Manusia (SDM) maupun aspek lainnya selalu memperhatikan struktur organisasi, karen akan sangat berpengaruh bagi perilaku pegawai. Organisasi dengan struktur yang kaku dan birokratik akan menghambat tumbuhnya daya cipta pegawai. Selain itu pengambilan keputusan juga akan menjadi sangat lamban dan komunikasi antar unit organisasi menjadi berkurang. Organisasi yang kaku dan berkotak-kotak seringkali menimbulkan pemborosan, karena sumber daya yang dimiliki (SDM dan fasilitas) tidak dapat dipakai secara bersamaan.¹²

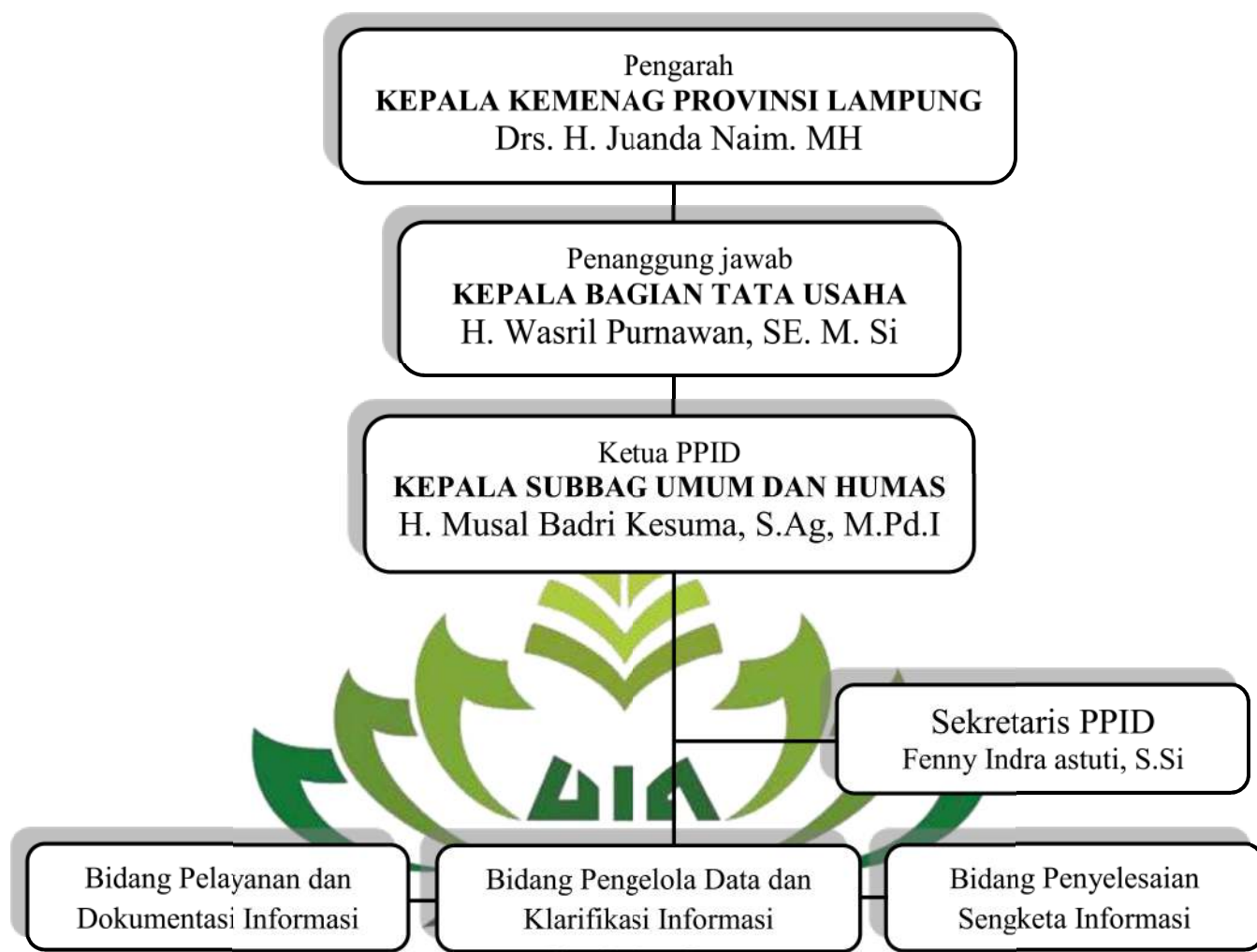
Berikut adalah bagan struktur PPID/Humas Kanwil Kemenag Provinsi Lampung:



¹¹ Musal, Wawancara dengan Kasubag Humas, recording, Bandar Lampung, selasa 21 juli 2020

¹² Paliema, et.al., “*Jurnal Administrasi Publik*” Vol. 1 No. 37 (2006)

STRUKTUR PPID/HUMAS KANWIL KEMENAG PROVINSI LAMPUNG



Bagan 1.3 Struktur PPID/Humas Kanwil Kemenag Provinsi Lampung¹³

E. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Kanwil Agama Provinsi Lampung

Penyajian data berikut ini berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang strategi yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra lembaga.

¹³ <https://lampung.kemenag.go.id/static-43336.html>

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang telah penulis uraikan sebelumnya pada bab pendahuluan yaitu dengan menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi.

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di lokasi penelitian berupa hasil wawancara langsung di lapangan. Untuk mendapatkan data mengenai strategi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung, penulis mengadakan wawancara kepada informan/subjek penelitian yaitu kepada Kasubag Humas H. Musal Badri Kesuma, Pranata Humas Ibu Melawati, JFU Olah Data H. Saryono, JFU Penyelesaian Sengketa Informasi Bapak Sorizal dan JFU Bidang Pelayanan Informasi dan Dokumentasi Informasi Ibu Mela.

Setelah data terkumpul selanjutnya penelitian disajikan pada bab III sesuai dengan sistematika penelitian yang telah peneliti tetapkan. Adapun indikator-indikator peningkatan citra lembaga sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah orang yang mengirim atau menyampaikan pesan dalam proses komunikasi. Komunikator utama dalam hal ini adalah Kasubag Humas Kanwil Kemenag Bapak H. Musal Badri Kesuma, menyampaikan pesan berupa kebijakan, rencana program, penugasan dan lain sebagainya baik dari pusat maupun cabang kepada komunikator II Pranata Humas Ibu Melawati, pesan dilanjutkan kepada komunikator III JFU Informasi dan Data H. Saryono dan Bapak Sorizal.

a. Pendidikan

Pegawai ditempatkan pada bidang sesuai dengan kualifikasi pendidikan dan skill yang dimiliki serta secara berkala mutasi jabatan juga diberlakukan.

b. Jabatan

Komunikator I bapak H. Musal Badri Kesuma menjabat sebagai Kasubag Humas, komunikator II Ibu Melawati menjabat sebagai Pranata Humas, komunikator III H. Saryono menjabat sebagai JFU Informasi dan Data, Komunikator IV Bapak Sorizal dan Komunikator V Ibu Mela yang rangkap jabatan sebagai Bidang Pelayanan Informasi dan Data karena saat ini sedang kosong.

c. Kemampuan

Mela, Menjelaskan, *“lembaga Kanwil mengadakan pelatihan kerja untuk meningkatkan kemampuan karyawannya sesuai dengan bidangnya masing-masing, biasanya dilaksanakan beberapa kali dalam setahun. Juga pedoman standar oprasional dibagikan kepada semua pegawai agar dapat memberikan pelayanan dan memenuhi semua tanggung jawab yang dibebankan agar sesuai dengan standarnya”*.¹⁴

Pelaksana kegiatan dan pelatihan pelayanan informasi adalah seluruh pegawai PPID yang dibatasi unit kerja, jadi diberi pelatihan berdasar ruang lingkup tugas pokok terutama pegawai *frontliner* yang terbiasa turun ke masyarakat dan unit olah data. Oleh sebab itu untuk

¹⁴ Melawati, Wawancara dengan Pranata Humas, recording, Bandar Lampung, Kamis 16 Juli 2020

meningkatkan kemampuan serta pengetahuan pegawai diadakan pelatihan-pelatihan dalam rangka meningkatkan pelayanan bagi kanwil maupun publik, sehingga nantinya kanwil maupun publik mendapatkan pelayanan yang maksimal serta memperoleh kepuasan.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Karyono, ia mengatakan *“para pegawai mendapatkan pelatihan-pelatihan seperti retorika, update teknologi, penulisan berita dan dokumentasi, setiap tahunnya pelatihan yang diadakan berbeda. Hal ini berguna karena dapat membantu dalam menjalankan tugas sehari-hari setiap karyawan yang saling berbeda unit. Pengumpulan data berada di subbag perencanaan data dan informasi, baik itu data dari bidang penyelenggaraan haji dan umroh, bidang Mapenda, Urais, Pakis, dan bimas-bimas didata oleh subbag perencanaan data dan informasi kemudian di upload oleh admin website pada subbag umum dan humas Kanwil Kemenag Provinsi Lampung.”*¹⁵

2. Pesan

Pesan merupakan informasi, ide/gagasan, yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan bisa berupa program dan kebijakan seperti dokumentasi, pemantauan, pendampingan dan pelatihan.

¹⁵ Sorizal, Wawancara dengan karyawan JFU Olah Data, recording, Bandar Lampung, rabu 22 juli 2020.

a. Berdasarkan sifatnya pesan dibagi menjadi dua

1). Pesan persuasif

Persuasif adalah suatu usaha untuk merubah sikap, perilaku dan kepercayaan, jadi pesan persuasif adalah pesan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi atau mengubah kepercayaan, sikap dan perilaku individu/audiens dengan cara halus dan tidak memaksa sehingga nantinya individu/audiens dapat bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Mela mengatakan bahwa *“Pesan yang digunakan berupa pesan persuasif yang sifatnya mengajak, mempengaruhi secara halus dan tidak memaksa maksudnya Humas mengajak publik memberikan tanggapan, usulan, kritik dan saran tentang apa yang ada di Kanwil Kemenag yang bisa disampaikan melalui PTSP ataupun melalui media. Contohnya jika ada berita atau pesan atau data yang diterbitkan atau di upload oleh Humas Kanwil yang tidak cocok dengan apa yang ada semestinya di lapangan maka dapat di sampaikan secara langsung maupun melalui media sosial milik Kanwil Kemenag”*.¹⁶

¹⁶ Melawati, Wawancara dengan Pranata Humas, recording, Bandar Lampung, Kamis 16 Juli 2020

2). Pesan Instruksional

Pesan instruksional adalah pesan yang memiliki tujuan untuk memberikan perintah. Pesan instruksional ini terjadi dari atasan kepada bawahannya, yakni instruksi yang diberikan oleh kepala bagian kepada pegawai. Contohnya Kabag Humas memberikan perintah kepada Pranata Humas untuk melakukan liputan, dokumentasi, pelatihan ataupun pendampingan, lalu Pranata Humas meneruskan Perintah itu pada Unit atau JFU yang bertanggung jawab atas liputan, dokumentasi, pelatihan ataupun pendampingan tersebut.

b. Berdasarkan simbol pesan

1). Kode Verbal

Kode verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. H. Musal mengatakan *“Humas merupakan singkatan dari Hubungan Masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut Public Relation (PR) yang bertanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara Organisasi dan Publik”*.¹⁷

Lebih lanjut Beliau mengatakan, *“Dalam melaksanakan Strategi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga yang masih berkaitan dengan kode verbal, maka harus dimulai dengan komunikasi yang baik di dalam tubuh Humas itu sendiri karena komunikasi yang sehat akan*

¹⁷ Musal, Wawancara dengan Kasubag Humas, recording, Bandar Lampung, Selasa 21 Juli 2020

menghindari adanya miskomunikasi dan konflik, yang pertama komunikasi Internal yang dilakukan dari dalam seperti menjaga hubungan antara pemimpin dan karyawan (vertikal), karyawan dengan karyawan (horizontal) dan antar lembaga lainnya (diagonal), Humas dengan masyarakat/publik”.

a). Komunikasi vertikal (*downward communication*) komunikasi kebawah adalah komunikasi yang mengalir dari jabatan yang memiliki orientasi lebih tinggi kepada mereka yang memiliki orientasi lebih rendah. Komunikasi berlangsung antara atasan dengan bawahan, bertujuan untuk menjaga hubungan baik antara pemimpin dengan karyawan yang ada dibawahnya tanggung jawabnya.

b). Kedua yaitu komunikasi antar karyawan (*horizontal*) komunikasi kesamping adalah komunikasi yang terjadi antara rekan sejawat di dalam unit kerja yang sama. komunikasi horizontal ini bertujuan untuk menjaga hubungan baik dari dalam sehingga menciptakan hubungan yang harmonis antar karyawan, antar unit dan antar lembaga untuk menunjang kegiatan kerja baik yang bersifat individu maupun yang dikerjakan secara berkelompok.

c). Ketiga yaitu komunikasi (*diagonal*) komunikasi diagonal bertujuan untuk tetap menjaga hubungan yang baik antar karyawan meski memiliki posisi atau kedudukan yang tidak sama, setelah komunikasi yang sehat di dalam tubuh Humas barulah ada komunikasi *eksternal*.

d.) Keempat komunikasi eksternal (*eksternal*) yang berlangsung antara Humas dengan Masyarakat/publik, fungsinya adalah melayani publik dalam memberikan informasi untuk mendapatkan *fadeback* atau kesan baik untuk Kanwil maupun untuk Humas itu sendiri, serta untuk mengetahui apa saja yang ada di masyarakat/publik baik itu berupa keluhan, kesah, kritik maupun saran.

Humas juga menjalankan komunikasi keatas dan kebawah, dimana informasi bisa mengalir ke bawah artinya dari Humas Kanwil ke masyarakat/publik komunikasi engan pihak luar biasanya berbentuk eksposisi, promosi, publikasi, pameran, konprensi pers, siaran tv, radio dan sejenisnya, bakti sosial pengabdian dan lain sebagainya kemudian sebaliknya, komunikasi ke atas dari masyarakat/publik menuju ke Kanwil.

Berdasarkan hasil pengamatan/observasi yang penulis lakukan baik secara langsung maupun dari hasil dokumentasi yang ada di Kanwil Kemenag, pegawai berkomunikasi dengan baik dengan atasan, pegawai lain maupun pegawai yang berlainan unit, serta banyak haasil dokumentasi yang memperlihatkan program kerja Humas maupun Kanwil secara umum. Seperti pengabdian, melakukan konprensi pers, bakti sosial, pameran dan banyak lagi

2). Kode Nonverbal

Kode nonverbal biasanya berbentuk bahasa isyarat atau tidak dalam bentuk percakapan. Dari hasil observasi yang penulis lakukan, terlihat para karyawan khususnya *frontline* atau karyawan yang bertugas melayani publik maupun *frontline* yang ada di Kanwil itu sendiri menggunakan kode nonverbal pada saat melakukan tugasnya. Misalnya selalau membudayakan senyum, sapa dan salam serta menggunakan gerakan tangan saat melakukan percakapan.

3. Media

Media adalah alat, sarana atau saluran yang digunakan oleh komunikator untuk memindahkan pesan kepada komunikan. Saryono menjelaskan bahwa “Ada dua media yang digunakan dalam menyebarkan pesan yaitu media massa dan non massa, media massa seperti website, tv, radio dan surat kabar media non massa seperti poster, leaflet, pamflet, buletin, majalah, buletin dan baliho”.¹⁸

Pak Saryono, Sedangkan program ataupun tugas pokok JFU Olah Data/Informasi atau *website*, antara lain:

1. Menyusun program kerja, bahan dan alat perlengkapan *website* sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku, agar dalam pelaksanaan pekerjaan dapat berjalan dengan baik
2. Memantau *website* secara berkala agar dalam pelaksanaannya terdapat kesesuaian dengan rencana awal

¹⁸ Sorizal, Wawancara dengan karyawan JFU Olah Data, recording, Bandar Lampung, Rabu 22 Juli 2020

3. Mengendalikan tampilan *website*, berita dan artikel sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku agar program tidak terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan
4. Berkoordinasi dengan unit-unit terkait atau instansi lain dalam rangka mengelola *website*, agar program dapat terlaksana secara terpadu untuk mencapai hasil yang optimal
5. Menerima dan mengirim serta mendistribusikan email resmi kepada unit lainnya
6. Melakukan perbaikan dan *recovery* data jika terjadi kerusakan data

Perbaikan data biasanya dilakukan satu tahun sekali, informasi penting terbaru diinfokan atau dirilis setiap harinya, informasi atau berita biasanya berasal dari kontributor *website* yang berasal dari 14 kabupaten dan kota se-Lampung.

a. Media massa yaitu media cetak dan elektronik

Media Massa cetak seperti Lampung Post, Tribun Lampung, Rakyat Lampung, Radar Lampung dan Swara Lampung. Sedangkan media elektronik seperti Radio Republik Indonesia (RRI) Stasiun Lampung, D' Radio Lampung, La Nugraha, Sonora FM Lampung, Dbfm Radio, TVRI Lampung dan *website* Lembaga Kemenag digunakan dalam menunjang penyebaran informasi dan program-program yang berkenaan seputar Kanwil Kementerian Agama.

b. Media Nonmassa berupa poster, pamflet, buletin, dan majalah

Media non massa berupa poster, leaflet, pamflet, buletin, majalah, dan baliho digunakan sebagai sarana menyebarluaskan informasi tentang program-program yang bermanfaat serta berguna bagi publik. Poster biasanya ditempelkan di mading-mading kantor agama, mading kantor pemerintahan, sedangkan pamflet, buletin, leaflet dan majalah biasanya bisa didapatkan jika kita mengunjungi Kantor Kementerian Agama langsung dan baliho biasanya ditempatkan di tempat terbuka yang terbuka yang bisa dilihat banyak orang seperti pinggir jalan, perempatan jalan dan tempat umum lainnya.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan di Kantor Kementerian Agama Provinsi Lampung, terlihat tumpukan kardus berisi poster, leaflet, pamflet, buletin, majalah, dan baliho yang siap di edarkan dan dibagikan ke instansi-instansi seperti kantor agama kabupaten dan kota serta kantor pemerintahan.

4. Komunikan

Komunikan yaitu orang atau sekelompok orang yang menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan komunikator biasanya menggunakan media agar pesanyang disampaikan dapat diterima denganbaik.

5. Fadeback

Fadeback atau umpan balik merupakan respon yang diberikan oleh komunikan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan atau publik memberikan fadeback secara langsung maupun tidak langsung.

Mela mengatakan *“Dampak langsung yang dirasakan adalah meningkatnya antusias publik jika Kemenag menyelenggarakan partisipasi di Lampung Fair, workshop, meningkatnya produksi majalah ukhuah serta publik menjadi lebih terbuka dalam memberikan keluhan, kesah kritik dan saran atas kinerja Kemenag yang kemudian bisa menjadi landasan untuk bisa bekerja lebih baik lagi, fadeback tidak langsungnya publik lebih percaya dan tidak segan lagi dalam menyampaikan ide, gagasan keluhan, kesah maupun kritik dan saran ke Kemenag baik secara langsung maupun melalui media”*.¹⁹

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Lampung ada saja masyarakat yang datang dan mengurus segala sesuatu dan juga di Ruang Humas bekerja Karyawan selalu saja melakukan pekerjaan, contohnya melakukan dokumentasi, pendampingan, menyediakan fasilitas untuk siaran langsung dan lain sebagainya.

Bidang penyelesaian sengketa informasi adalah unit yang membidangi penyelesaian sengketa informasi yang terjadi antara badan publik dengan

¹⁹ Melawati, Wawancara dengan Pranata Humas, recording, Bandar Lampung, Kamis 16 Juli 2020